2003-2004

Annual Report

New Brunswick Forest Products Commission

New Nouveau Brunswick
CANADA

2003-2004

Annual Report

New Brunswick Forest Products Commission

New Nouveau
Brunswick
CANADA

2003-2004
Annual Report

New Brunswick Forest Products Commission

Bernard Valcourt (Chairman)
Linda Gould McDonald (Executive Director)

October 2, 2005

Telephone : (506) 453-2196
P.O. Box 6000, Fredericton, NB, E3B 5H1

Hugh John Flemming Forestry Complex
Suite 215, 1350 Regent Street
Fredericton, NB, E3B 5H1

October 31, 2005

Hon. Keith Ashfield (Minister of Natural Resources)
NB Dept. of Natural Resources
P. O. Box 6000
Fredericton, NB
E3B 5H1

Dear Sir,

Re: New Brunswick Forest Products Commission – 2003-04 Annual Report

On behalf of the New Brunswick Forest Products Commission, it is my honour to submit our Annual Report for the period April 1, 2003 to March 31, 2004. This is the Commission's first written Annual Report, and it has been prepared in response to a request from the Crown Corporations Committee and recommendations of the Office of the Auditor General. The report is designed to highlight the activities and accomplishments of the Forest Products Commission for the fiscal year 2003-04, and to provide summary information regarding the forest product marketing boards.

Sincerely,

Bernard Valcourt

Chairman, NBFPC

Table of Contents

Letter of Transmittal i
Table of Contents ii
List of Figures iii

1.0 Introduction 1
- 1.1 Background 1
- 1.2 Annual Reports 1

2.0 Organization and Function of the Commission 2
- 2.1 History and Scope 3
- 2.2 Structure of the Commission 4
- 2.3 Vision and Mission 4
- 2.4 Role and Responsibilities of the Commission 4
- 2.5 Duties of the Marketing Boards 5

3.0 Commission Annual Report 6
- 3.1 Private Woodlot and Market System Issues 6
- 3.2 Status of the Marketing Board System 7
- 3.3 Commission Activities 2003-04 8
- 3.4 Highlights from Previous Years 9
- 3.5 Commission Financial Statement 10

4.0 Marketing Boards – Summary Reports 12
- 4.1 Marketing Boards – Financial Summary 2003-04 and 2002-03 12
- 4.2 Private Land Silviculture 1994-2003 16
- 4.3 Private Land Harvest and AAC 1994-2003 18
- 4.4 Wood Sales through Marketing Boards 1994-2003 21
- 4.5 Individual Marketing Boards – Production Reports and AAC 1987-2004 22

5.0 Appendix 28
- Appendix A: Glossary 29

List of Figures:

Figure 1: Map of Private Woodlots and Marketing Board Areas iv
Figure 2: Supply and Demand of Softwood Within New Brunswick (chart) 6
Figure 3: Annual Cut and AAC – Private Woodlots 7
Figure 4: Minimum Annual Production and AAC by Marketing Board Area 8
Figure 5 Forest Products Commission - 2003-04 Ordinary Budget and Expenditures 10
Figure 6: Marketing Boards – Financial Summary 2003-04 13
Figure 7: Marketing Boards – Financial Summary 2002-03 14
Figure 8: Private Woodlot Silviculture 2003-04 (chart) 16
Figure 9: Private Woodlot Silviculture 1994-2003 16
Figure 10: Total Private Land Silviculture 1994-2003 17
Figure 11: Marketing Boards – Softwood Minimum Annual Production (1994-2003) 18
Figure 12: Marketing Boards– Hardwood Minimum Annual Production (1994-2003) 18
Figure 13: Marketing Boards – Production Reports and AAC (1987-2003) Softwood-Harwood 18
Figure 14: Forest Products Marketing Boards – Softwood Minimum Annual Production vs. AAC 1987-2003 19
Figure 15: Total Industrial Roundwood Harvested and Consumed in New Brunswick 20
Figure 16: Forest Products Marketing Boards – Roundwood Volume Destined for Sawmills and Pulpmills 1992-2002 20
Figure 17: Forest Product Marketing Boards – Wood Sales 1995-2003 21
Figure 18: Forest Products Marketing Boards – Wood Sales 1995-2003 (chart) 21

Individual Marketing Boards – Wood Production and Annual Allowable Cut (AAC) 22
Figure 19: Carleton Victoria Forest Products Marketing Board – Reported Production and AAC 1987-2003 23
Figure 20: Madawaska Forest Products Marketing Board – Reported Production and AAC 1987-2003 23
Figure 21: North Shore Forest Products Marketing Board – Reported Production and AAC 1987-2003 24
Figure 22: Northumberland Forest Products Marketing Board – Reported Production and AAC 1987-2003 24
Figure 23: SENB Forest Products Marketing Board – Reported Production and AAC 1987-2003 25
Figure 24: SNB Forest Products Marketing Board – Reported Production and AAC 1987-2003 25
Figure 25: YSC Forest Products Marketing Board – Reported Production and AAC 1987-2003 26
Figure 26: Forest Products Marketing Boards – Contact Information 27

Figure 1: Map of Private Woodlots and Marketing Board Areas

New Brunswick's Private Woodlots by Forest Products Marketing Board

March, 2005

Figure 1: Map of Private Woodlots and Marketing Board Areas

New Brunswick's Private Woodlots
by Forest Products Marketing Board

March, 2005

1.0 Introduction

1.1 Background

The land base in New Brunswick is 7.3 million hectares and its "productive" forest area totals 5.9 million hectares or 5% of the productive forest land in Canada. Of New Brunswick's forest lands, 48% is provincial Crown land, 1% is federally-owned land, 21% is industrial freehold and 30% is owned by the private woodlot owners.

It is estimated that there are between 35,000 and 39,000 private woodlot owners in New Brunswick. They own 1.8 million hectares of productive forest land and are served by the seven forest products marketing boards (see Figure 1).

The New Brunswick Forest Products Commission (FPC), an independent agency established in 1971, oversees the marketing relationships involving forest industries (pulpmills and sawmills); forest products marketing boards (private woodlot owners and producers) and the provincial government.

The Commission reports to the Minister of Natural Resources, and, for many years has appeared annually before the Crown Corporations Committee, a standing committee of the New Brunswick Legislature, to report on its activities. Since this is the first written annual report of the Commission, background and historical material has been included to provide a better understanding of the Commission's work and the status of the marketing boards it oversees.

Private forest lands include private woodlots, industrial freehold lands, and private lands consisting of an aggregate of 5,000 or more hectares owned by one person. The Commission and Marketing Boards are involved only with the private woodlot portion of private forest lands.

The Commission contributes to the Department of Natural Resources (DNR) objectives:

(i) "to encourage the management of private forest lands as the primary source of timber for wood processing facilities in the Province" *(Crown Lands and Forests Act* , section 3(2)),

(ii) "to ensure that private woodlots are a source of wood supply consistent with the principles of (a) proportional supply, and (b) sustained yield" (*CLFA* 29(7.1)), and,

(iii) to meet commitments at provincial, national and international levels to encourage "sustainable forest management" encompassing social, economic and environmental values – that is, both timber and "non-timber" objectives.

1.2 Annual Reports

"The prime function of an annual report is to be the major accountability document by departments and agencies for the Legislative Assembly and the general public. It serves as the key public link between the objectives and plans of a government entity and the results obtained." (Administrative Manual System AD-1605)

To the degree possible, Annual Reports are:

(a) to give a clear account of goals, objectives and performance indicators.
(b) to show the extent to which a program continues to be relevant, how well the organization performed, and how well a program was accepted by its client groups.
(c) to include actual and budget financial information in summary form and narrative explaining major variances, as well as other aspects of financial performance.

The Commission's authority and responsibilities are established in the *Forest Products Act* and the *Natural Products* Act. The general goals and objectives are described in the following sections regarding the Commission's organization and functions. Although the areas of responsibility are clear, specific goals and objectives are less so. The effectiveness of reporting is limited – although the marketing board areas include all private woodlots, not all private woodlot activity is included in the marketing

board system. While tracking and reporting related to the marketing board system are working well, wood sales outside the marketing board are not reliably tracked (i.e. incomplete transportation certificate data). An account of the 2003-04 Commission activities and accomplishments is contained in the section entitled "3.3 Commission Activities".

The continuing relevance of the Commission's programs has not been assessed, however, the basic need for the oversight and conciliation role is tied to legislation. The Commission's role is essential to the marketing board system and complementary to the DNR responsibility to encourage sustainable forest management on private lands. It is estimated that about half of the 39,000 woodlot owners are actively involved in some way with the Marketing Boards, and thereby indirectly with the Commission.

The Commission's actual and budget financial information is summarized in Section 3.5. The marketing boards' financial reports and some program information are also summarized to indicate the status and stability of the Boards and orderliness of the marketing board system.

2.0 Organization and Function

The Commission reports to the Minister of Natural Resources, and acts as a supervisory body over the marketing relationship involving sawmills and pulpmills, marketing boards, private woodlot owners and producers, and the provincial government. The scope of the Commission's activity in the forest industry is limited to the private wood lot sector, and the products under its mandate are primary forest products, not including maple syrup and Christmas trees. The role is mainly monitoring the business that goes on between the seven marketing boards, woodlot owners and the processors.

2.1 History and Scope

The New Brunswick Forest Products Commission (NBFPC) was established in 1971 by the *Forest Products Act* and reported to the NB Department of Agriculture, Fisheries and Aquaculture. In 1972, the Commission, in conjunction with private woodlot owners and producers in the province, approved plebiscite procedures necessary to establish forest products marketing boards. In 1977, the new *Natural Products Control Act* gave the Commission powers similar to those of the Farm Products Marketing Commission. The Commission was later transferred to the Department of Natural Resources and Energy (DNRE) by an *Act to Amend the Forest Products Act (1979)*. In 1999, the *Farm Products Marketing Act* and the *Farm Products Boards and Marketing Agencies Act*, that originally gave the Forest Products Commission and the Farm Products Commission their authorities, were consolidated within the *Natural Products Act*. As a result, the Commission's mandate to oversee the operations of the forest products marketing boards and their agents resides under the *Forest Products Act* and the *Natural Products Act*.

By 1983, seven forest products marketing boards and certain subsidiary bodies had been established:

a)	1961	Madawaska Forest Products Marketing Board	(Reg. 83-221)
b)	1973	North Shore Forest Products Marketing Board *(North Shore Forestry Syndicate Inc.)*	(Reg. 83-222)
c)	1974	Northumberland County Forest Products Marketing Board *(Northumberland County Woodlot Owners & Pulp Producers Association Inc.)*	(Reg. 83-223)
d)	1978	York-Sunbury-Charlotte Forest Products Marketing Board	(Reg. 83-226)
e)	1978	Carleton-Victoria Forest Products Marketing Board *(Carleton-Victoria Wood Producers Assoc.)*	(Reg. 82-220)
f)	1979	Southern New Brunswick Forest Products Marketing Board *(S.N.B. Wood Co-operative Ltd.)*	(Reg. 88-222)
g)	1981	South East New Brunswick Forest Products Marketing Board	(Reg. 83-224)

The seven Marketing Boards are given specific powers by regulation and the role of the Commission is to verify they work within the confines of their marketing plans. In so doing, the Commission represents the interests of the private woodlot owners in their regulated area.

One of the Commission's original tasks was to facilitate expanded markets and equitable prices for both the producer and the consumer of primary forest products. To achieve this, the Commission actively participated in the negotiation process. Over

time, the negotiating expertise of the Boards improved and the need for Commission participation decreased. In 1982, a regulation was established setting out the criteria for the boards and for industry negotiating agencies, and now negotiation is the responsibility of the individual marketing boards and companies.

Through the powers vested in it through the *Natural Products Act*, the Commission may:

1. Investigate, arbitrate, adjudicate upon, adjust or otherwise settle any dispute between producers, processors, distributors or transporters of farm products or the forest, or between any two or more of such class or persons;
2. Investigate the cost of producing, processing, distributing and transporting any farm product, prices, price spreads, trade practices, methods of financing, management, grading, policies and other matters relating to the marketing of a farm product;
3. Recommend any marketing plan or the amendment of any plan to the Minister;
4. Require persons engaged in the marketing or production and marketing of a regulated products to register with the Commission or the Board;
5. Require persons engaged in the marketing or production and marketing of a regulated product to furnish information relating to the product, including the completing and filing of reports or returns on a periodic basis or otherwise as the Commission or board determines;
6. Require the furnishing of security or proof of financial responsibility by any person engaged in the marketing, production or marketing, or processing of a regulated product and provide for the administration and disposition of all money or securities so furnished;
7. With the approval of the Minister of Justice and subject to such terms and conditions as he/she imposes, appoint inspectors for the purposes of this Act;
8. Co-operate with a marketing board, local board, commodity board, marketing commission or marketing agency of Canada or any province in Canada for the purpose of marketing any regulated product;
9. Make orders and issue directives consistent with a plan or the regulations as are necessary to enforce the provisions of the Act or any plan.

Through the powers vested in it through *Forest Products Act*, the Commission may:

1. examine and consider data relevant to the production and sale of primary forest products;
2. conduct meaningful dialogue with producers and consumers and arrive at an equitable price for purchased primary forest products;
3. act as conciliator when requested in disputes arising between a producer association and a consumer of primary forest products;
4. conduct inquiries as to:
   a) the cost of production, distribution and transportation
   b) prices, markets and systems of classification, and,
   c) any other matter related to marketing of primary forest products.

The Commission may also investigate complaints in relation to the marketing of primary forest products, be informed regarding developments in the harvesting and marketing of primary forest products, and recommend to the Minister the institution of such marketing controls as may appear necessary or advisable.

2.2 Structure of the Commission

The Commission's structure is defined by the *Forest Products Act*, and includes seven members, appointed by the Lieutenant-Governor in Council. The Commission is designed to provide a fair representation of all segments of the forest sector. New Commission members were appointed in July 2004. Members and officials of the Commission include:

Bernard Valcourt	Chairman and Independent Member
Maurice Pelletier	Department of Natural Resources Member
Clinton Kennedy	Agriculture, Fisheries & Aquaculture Member
Pamela Folkins	Producers' Member – Private Woodlot
Tim Fox	Producers' Member – Private Woodlot
Marco Martin	Industry Member – Sawmill
David Arseneault	Industry Member – Pulp and Paper
Linda Gould McDonald	*Executive Director/ Secretary to Commission*

The Commission meets on a monthly basis, reviews issues, makes policy, renders decisions, and assigns the responsibility for implementation to the Executive Director. The Commission's operations are administered by the Executive Director, with assistance from one full-time and one part-time administrative assistants. The Commission receives its funding from the Department of Natural Resources and works closely with the Department's administrative staff. The Commission's office is located at Suite 215 – Core Section, Hugh John Flemming Forestry Centre, 1350 Regent Street, Fredericton, NB, E3B 5H1.

2.3 Vision and Mission

"The Commission envisions a dynamic and accountable private woodlot based industry that has a reputation as a supplier of high quality, competitively-priced products, and, sustainability of the quality of the forests on private woodlots in the province of New Brunswick. The Commission will strive to create an environment within the regulated forest products industry that encourages stakeholders to focus their efforts on growing their industries – both for quality and sustainability"(FPC).

In carrying out its mission the Commission is committed to the following values and principles. The Commission will:

a) foster cooperation among all industry stakeholders,
b) aim to be viewed by those that it serves as an impartial, fair minded agency that supports forest sector development.,
c) facilitate an orderly marketing system for use by producers to enhance the viability of the forest industry,
d) carry out the mandate provided for in the *Natural Products Act* and the *Forest Products Act* to the common benefit of producers, processors and consumers,
e) use mediation whenever possible to resolve disputes, and,
f) promote transparency both in carrying out its mandate and in the operation of the seven forest products marketing boards.

The Commission will ensure that marketing boards operate in an open and transparent fashion, in accordance with the wishes of producers, and within the regulations established under the *Natural Products Act*. The Commission will also:

- conduct an annual review of the operation of each marketing board;
- ensure that each marketing board holds an annual meeting of producers to review financial statements, as well as board activities; and,
- ensure that marketing boards do not implement significant changes in policy without the prior approval of producers.

In addition, the Commission will:

a) promote sector-wide collaboration to capitalize on market opportunities,
b) provide authority and guidance to non-marketing board groups of producers wanting to collect levies for research and promotion purposes,
c) provide a streamlined and more cost-effective hearing process,and,
d) ensure that the development of the province's regulated forest industry is protected and promoted within national marketing systems.

2.4 Role and Responsibilities of the Commission

The Commission is responsible for the overall conduct and performance of the regulated marketing system in New Brunswick. In that capacity it is responsible for ensuring that boards exercise the powers granted to them in the manner intended. The Commission:

1. is the supervisory body to oversee the operations of the seven regulated forest products marketing boards.
2. provides liaison and is the body of appeal for marketing boards, private woodlot owners, government and industry.
3. lends assistance in resolving disputes between any of the following: woodlot owner, board, industry, contractor, broker, etc.
4. facilitates the negotiation, conciliation, and arbitration between boards and industry.
5. provides policy advice to the Minister of Natural Resources.
6. recommends amendments to regulations pertaining to marketing boards.

Typically, the Commission's activities include:

a) Monthly meetings of Commission's Board
b) Periodic meetings with the Board of Directors of each marketing board
c) Delivering and explaining pertinent legislation and changes to all boards and industry
d) Conducting formal investigations when necessary
e) Participating in the resolution of complaints from woodlot owners, contractors, truckers, or brokers
f) Holding formal hearings for complaints and making determination on the issues
g) Presentations on legislation - marketing boards certified woodworkers courses
h) Presentations on Roles and Responsibilities of Directors to Marketing Boards
i) Facilitating discussions with industry on various issues
j) Preparing and maintaining an annual directory of industry contacts, and,
k) Participating in development of new legislation (e.g. Natural Products Act and Regulations; and delegation of power from the federal government to allow the levies to be applied on the inter-provincial and export trade).

The Commission attends most of the annual meetings of the marketing boards. In addition, representatives from each marketing board (usually the Chairman and managers) travel to Fredericton to meet and discuss current issues. On a two year cycle, the Commission visits each of the marketing board areas and holds monthly meetings in the marketing board's locale. At the same time, a meeting with the full Board of Directors and the Commission members is held.

2.5 Duties of the Marketing Boards

Specific duties of the marketing board are described here to give a clearer understanding of the relationship between the Commission and the marketing boards. The Commission requires each forest products marketing board to submit:

a) a monthly report of the volume of wood delivered through the Board to each industry processor,
b) copies of minutes of all meetings of the marketing board and agents acting for and/ or on behalf of the Board,
c) proof of bonding insurance for signing officers of the Board,
d) signed annual audited statements of the Board as well as any agents acting for and/ or on behalf of the Board,
e) a copy of all signed contracts negotiated by the Board,
f) a copy of Schedule A – Forest Management Financial Activity financial reporting form - Order No. 2002-501,
g) required information pertaining to the Transportation Certificate system.

The marketing boards are also required to maintain:

a) a signed copy of all by-laws, policies, determinations and orders,
b) any additional information deemed necessary and requested from time to time by the Commission, and,
c) a copy of all orders, decisions, determinations of the Board and make them accessible to owners and producers during regular business hours at the board office.

The Commission meets on a regular basis with each of the marketing boards and their full board of directors. In addition, the Commission meets at a least once a year with the representatives of all seven boards.

3.0 Commission Annual Report

The annual report for 2003-04 includes an overview of marketing board system and private woodlot production, a review of the Commission's activities over the last three years and the Commission's financial statement. Financial, silviculture, production and wood sales information for the individual marketing boards and the combined boards are also summarized.

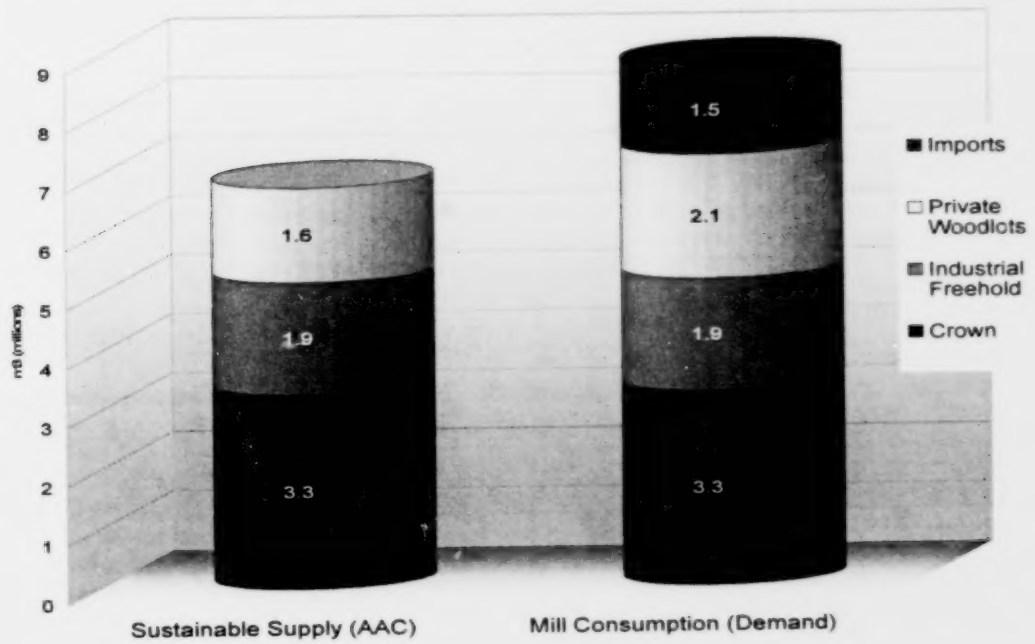
In general terms, the Commission's three main goals are to provide an orderly market system, to ensure accountability/ governance within legislative authority, and to coordinate the collection and reporting of production, wood sales and silviculture information from the marketing boards.

3.1 Private Woodlot and Market System Issues

Some of the current issues significant to private woodlots and the Marketing Board system include:

- over-harvest of softwood on private land
- environmental sustainability and certification
- "primary source of supply"
- compliance with Transportation Certificate reporting and export levies
- updating annual allowable cut information (AACs) for private woodlots
- market access and the softwood lumber dispute.

Figure 2: Supply and Demand of Softwood Within New Brunswick



Source: after Select Committee on Wood Supply – Final Report on Wood Supply in New Brunswick, p.8 September 2004 (DNR Timber Utilization data)

From DNR's Timber Utilization information above, it is clear that the annual cut of softwood from private woodlots exceeds the AAC by approximately 31% (or 0.5 million cubic meters), even without consideration of all the inter-provincial and export sales. As well, there are indications that the New Brunswick mill consumption and capacity exceeds the sustainable supply of softwood from in-province sources as New Brunswick is a net importer of wood.

3.0 Commission Annual Report

The annual report for 2003-04 includes an overview of marketing board system and private woodlot production, a review of the Commission's activities over the last three years and the Commission's financial statement. Financial, silviculture, production and wood sales information for the individual marketing boards and the combined boards are also summarized.

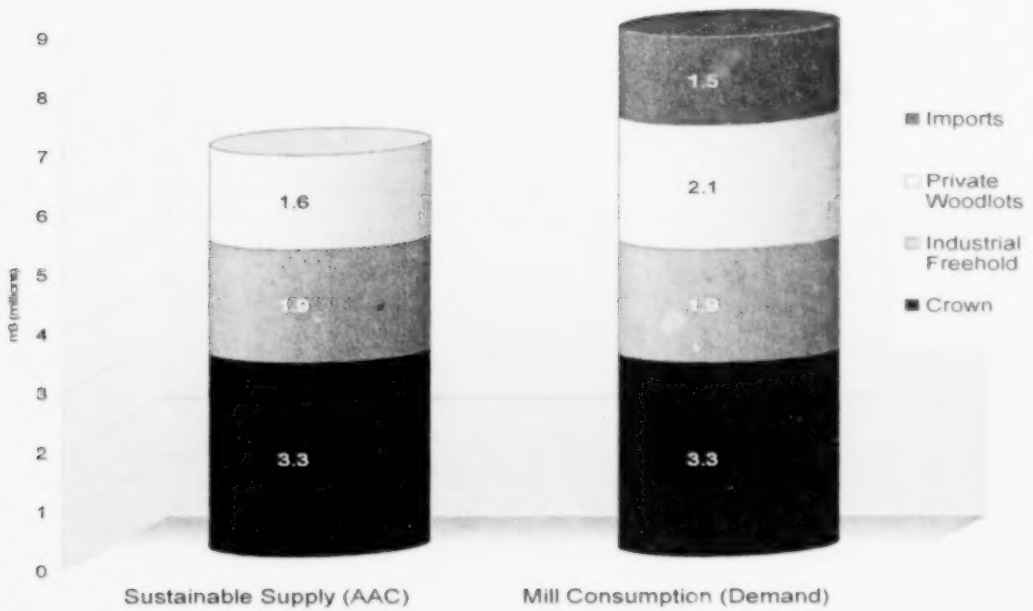
In general terms, the Commission's three main goals are to provide an orderly market system, to ensure accountability/ governance within legislative authority, and to coordinate the collection and reporting of production, wood sales and silviculture information from the marketing boards.

3.1 Private Woodlot and Market System Issues

Some of the current issues significant to private woodlots and the Marketing Board system include:

- over-harvest of softwood on private land
- environmental sustainability and certification
- "primary source of supply"
- compliance withTransportation Certificate reporting and export levies
- updating annual allowable cut information (AACs) for private woodlots
- market access and the softwood lumber dispute.

Figure 2: Supply and Demand of Softwood Within New Brunswick



Source: after Select Committee on Wood Supply – Final Report on Wood Supply in New Brunswick, p.8 September 2004 (DNR Timber Utilization data)

From DNR's Timber Utilization information above, it is clear that the annual cut of softwood from private woodlots exceeds the AAC by approximately 31% (or 0.5 million cubic meters), even without consideration of all the inter-provincial and export sales. As well, there are indications that the New Brunswick mill consumption and capacity exceeds the sustainable supply of softwood from in-province sources as New Brunswick is a net importer of wood.

3.2 Status of Marketing Board System

In 2003-04, the New Brunswick Forest Products Marketing Boards held combined assets of $9.8 million and carried $2.9 million in liabilities. The value of wood sales through the marketing boards was $91.2 million. Minimum Annual Production (wood harvested from woodlots and sold through the marketing boards) totalled 1.6 million m3 of softwood and 0.9 million m3 of hardwood. The wood sales and production data are collected through two separate methods so that linking the two is not appropriate.

Wood sales from private woodlots in the Madawaska Marketing Board area are estimated to be $10 million. Of this amount $4.6 million is sold through the Marketing Board (payments made to the Board) while $5.4 million in sales (or 54% of total sales) is paid direct to producers with only the levies being paid to the board.

Over the last decade, the proportion of wood from woodlots destined for New Brunswick sawmills has increased and the volume destined for pulpmills has decreased in a corresponding way (see Figure 16).

In 2003-04, the government of New Brunswick's program for Private Land Silviculture expended $8.0 million and 12,941 hectares of private woodlots were treated. Woodlot owners contribute approximately 20% of the overall cost of the silviculture work. The treatments include pre-commercial thinning, site preparation, plantation tending, and tree planting. The Marketing Boards take part in administering and delivering the silviculture program, and the Commission oversees the financial reporting and administration by the Marketing Boards.

The tracking of annual cut or production from private woodlots is achieved through three types of loadslips called Minimum Annual Production (MAP), Timber Utilization (TU), and Transportation Certificate (TC). Although each type of loadslip is collected separately, the general relationship of the information is indicated below.

Figure 3: Annual Cut Compared With AAC (Private Woodlots)

Private Woodlots Annual Cut/ Type of Loadslip	Sales through Marketing Boards to NB Mills	Plus Sales outside Marketing Boards to NB Mills	Plus sales to intra-provincial and export destinations	Softwood Production (million m3)	Hardwood Production (million m3)
MAP - Minimum Annual Production *(data collected by Board)*	✓	-	-	1.6	0.9
TU - Timber Utilization* *(data collected by DNR)*	✓	✓	-	2.1	1.6
TC - Transportation Certificate *(data collected by Board)*	✓	✓	✓	incomplete	incomplete
AAC - Annual Allowable Cut for Private Woodlots *(million m3)*	✓	✓	✓	*1.6*	*1.5*

** Note: Timber Utilization values are for roundwood harvested from NB private woodlots and utilized at NB mills. The load slips are collected at NB mills and compiled by DNR. The data includes mill inventories, therefore is not directly comparable with the MAP data. Intra-provincial and export sales are not captured in the Timber Utilization data, but are intended to be included in the Transportation Certificate load slips. The TCs are intended to capture all wood transported, including both the wood sold inside and outside the marketing board system. There are compliance and reliability issues with the TC data, therefore it is considered incomplete.*

The softwood MAP (sold through the marketing boards) exceeded the annual allowable cut (AAC) for Madawaska (55%), Northumberland County (25%), SENB (13%) and SNB (4%). The total softwood production (from the combined boards) reported through the MAP system was just below the AAC for the regulated areas. Madawaska also exceeded the hardwood AAC (37%). Because the AAC is for the entire marketing board area, and woodlot owners can choose to sell from the area outside the marketing board system, the total production values for the areas are considered to be under-reported. The present AACs were

established in 1992, and are in the process of being updated. The ten-year average production values for softwood showed a similar pattern, however, the production through the combined boards very nearly matches the AAC.

Exports from private woodlots are a particular concern in that they affect the in-province wood supply and sustainable forest management. Although the Transportation Certificate system instituted two years ago was designed to capture such sales outside the marketing boards, the reported data is considered incomplete. As the TC reporting improves, a clearer picture of the harvest from private woodlots will emerge. The marketing boards have instituted domestic and export levies to collect funds for administration and forest management – the export levies will also help to define the extent of export from private woodlots.

Figure 4: Minimum Annual Production and AAC by Marketing Board (2003-04)

2003-04	Carleton-Victoria	Madawaska	North Shore	Northumber-land	SENB	SNB	YSC	Combined
AAC Softwood ('000 m3)	**140**	**80**	**255**	**159**	**293**	**365**	**310**	**1602**
MAP Softwood ('000 m3)	95	124	216	199	332	381	240	1587
Volume Under/Over AAC	*-45*	*44*	*-39*	*40*	*39*	*16*	*-70*	*-15*
% Vol. Under/Over AAC	-32%	55%	-15%	25%	13%	4%	-23%	-1%
AAC Hardwood ('000 m3)	**220**	**93**	**229**	**77**	**208**	**356**	**283**	**1466**
MAP Hardwood ('000 m3)	138	127	181	38	80	191	154	909
Volume Under/Over AAC	*-82*	*34*	*-48*	*-39*	*-128*	*-165*	*-129*	*-557*
% Vol. Under/Over AAC	-37%	37%	-21%	-51%	-62%	-46%	-46%	-38%

Shading indicates Minimum Annual Production (MAP) volume exceeded AAC.

Note: Minimum Annual Production (MAP) represents the volume of wood from private woodlots sold through the Marketing Boards. The MAP does not include wood sold directly to contractors in a local Board's regulated area, nor wood exported out-of-Province. Also, it does not include the volume sold to "small" sawmills and residential markets. Therefore, MAP values under-report the volume wood harvested from the marketing board areas. The AAC however, is based on the private woodlot forest inventory for the whole marketing board area. The production and AAC information is an essential part of monitoring and defining the sustainable yield and sustainable forest management on private lands. While the marketing board system is working well, the overall tracking and harvest of private woodlots is in need of improvement.

3.3 Commission Activities 2003-04

The Commission's activities during the fiscal year 2003-04 included data collection, auditing and reporting; developing levies and legislation, dispute resolution, conducting investigations, meeting with marketing boards and providing training:

(a) ***Data Collection:*** Collected information from the marketing boards regarding:

- Minimum Annual Production (wood from woodlots harvested and sold through the Boards)
- Wood Sales through the Marketing Boards
- Transportation Certificates (are designed to track all wood from woodlots travelling by road – including that sold outside the boards). The collection of the TC data began in 2002.
- Financial matters including those related to the silviculture program.

(b) ***Auditing and Reporting***: The production, wood sales through the boards, and financial information was compiled, standardized and assessed to provide reports and address requests for information. The Commission is the "watchdog" for the marketing system – it monitors the Boards' activities to ensure they are in the interest of the private woodlot owners, are financially accountable, provide an orderly marketing system, and are operating within legislative authority (governance).

(c) ***Levies and Legislation***: The Marketing Boards are empowered to establish and collect levies (for example: levies for administration and forest management) on all wood harvested from private woodlots in the designated market area. The Commission oversees the development of levy orders established under federal and provincial legislation, and approves the

adoption of the levies. In September, 2003, the Madawaska market area was added to the intra-provincial and export levy order (Amendment to Order 2000-228, Federal Agricultural Products Marketing Act). The levies apply to wood sold through the marketing board and outside the marketing board (direct sales); and to in-province and inter-provincial/ export sales.

(d) ***Conciliation, Appeals and Investigations***: The Commission:

- Provided conciliation services for a case involving Fawcett Lumber/ Southern NB Marketing Board,
- Heard three appeals in the Miramichi area (Northumberland County Board), and,
- Conducted an investigation: Northumberland County Board (Miramichi) May-September 2003.

(e) ***Commission Meetings***: The Commission held eight regular meetings. A Commission representative (Linda Gould McDonald, Executive Director) attended the annual general meetings for six of the marketing boards. The Commission also met with the full Board of Directors for Northumberland County in September 2003. In November 2003, the Commission met with representatives from all of the Boards. The Commission presented a report to the Crown Corporations Committee, a Standing Committee of the New Brunswick Legislature, on September 25th, 2003.

(f) ***Training and Special Projects***: The Commission provided presentations to the Directors from three boards regarding the roles and responsibilities of Board Directors. Commission staff also served on the Coalition Against Wood Theft and Trespass, and the Sussex Wood Theft Committee, and provided an information session for Crown Prosecutors.

3.4 Highlights from Previous Years

2002-03 Year

a) Commission met with representatives of all seven boards in May 2002; Commission held ten regular meetings.
b) Commission representative attended the Annual General Meetings of six of the Boards.
c) Observer status – negotiation SNB and Fawcett Lumber Negotiations
d) Conducted an investigation involving ROJAC and North Shore and Northumberland County Boards.
e) Reviewed legislation for the Minister of Natural Resources (July 2002); and began monitoring Transportation Certificates.
f) Developed audit protocol for silviculture funding – standardized report form adopted in July 2002.
g) Co-chaired tour for European Study Group; Member of UNB Market Study Committee; Wood Products Group Board member

2001-02 Year

a) Commission met with full Board of Directors of the North Shore Board; Commission held ten regular meetings.
b) Commission representative attended the Annual General Meetings of five of the Boards.
c) Held one hearing (Sussex) and two conciliations (Northumberland Co. with UMP Kymmene & Weyerhaeuser)
d) Conducted one inspection – ROJAC Enterprises Ltée./ North Shore and Northumberland County Boards
e) Participated in Trespass Legislation Review Task Force (November 2001 – January 2002)
f) Made presentation on Roles & Responsibilities of Directors to the SENB Board (July 2001); Advised SENB Committee on "Constitution of Board" (October 2001- May 2002)
g) Presentation to Senate Committee – February 2002
h) Served on Coalition Against Wood Theft and Trespass, and, Wood Theft Committee (Sussex); Prepared three-day workshop for RCMP on Wood Theft & Trespass.

3.5 Commission Financial Statement

Figure 5: Forest Products Commission – 2003-04 Ordinary Budget and Expenditures

Forest Products Commission - STATEMENT OF EXPENDITURE
For the year ended March 31, 2004

	2003-04 Budget	2003-04 Ordinary	*Budget Variance*	2002-03 Ordinary	2001-02 Ordinary
Administration					
Regular Payroll and Benefits	122,000	**120,155**	*1,845*	113,995	92,944
Administration Travel Expenses	10,100	**6,072**	*4,028*	5,538	1,554
Rent/Operating Expenses	24,600	**23,933**	*667*	29,110	25,692
Computer Equipment/ Software	0	**2,757**	*(2,757)*	3,383	8,212
Administration Sub-total	156,700	**152,917**	*3,783*	152,026	128,402
Members' Expenses					
Members' per diem	29,700	**31,633**	*(1,933)*	27,716	30,724
Members' Travel Expenses	7,300	**8,651**	*(1,351)*	8,923	14,855
Members' Meeting Expenses	2,800	**642**	*2,158*	2,354	605
Members' Sub-total	39,800	**40,926**	*(1,126)*	41,076	46,184
Inspection Expenses					
Marketing Boards	0	**0**	*0*	0	285
Conciliation (travel, room rental)	500	**1,505**	*(1,005)*	0	0
Hearings (travel, room rental)	0	**664**	*(664)*	0	915
Inspection	0	**764**	*(764)*	656	0
Wood Theft Coalition	0	**0**	*0*	0	5,724
Inspection - Sub-total	500	**2,933**	*(2,433)*	656	6,924
Total	$ 197,000	**$ 196,776**	*$ 224*	$ 191,675	$ 181,510

Notes to Financial Statement

1. **Purpose of the organization**

   The Commission's authority is derived from the provincial *Forest Products Act* and the *Natural Products Act*. The object of the Commission is to encourage and facilitate the achievement of expanding markets and equitable prices for both the producer and consumer of purchased primary forest products. The purpose and intent of the *Natural Products Act* in relation to the Commission is to provide "for the development, conservation and management of forestry resources on private woodlots in the Province." The Commission oversees and supervises the marketing boards and related agencies established to control and regulate the marketing of primary forest products. This includes financial and regulatory matters; negotiation, conciliation and arbitration processes; conducting investigations, and providing advice and reports to the Minister of Natural Resources.

2. **Absence of Balance Sheet**

   A Balance Sheet has not been prepared because the Commission draws its funding directly from DNR, according to an agreed upon budget, and DNR is its sole source of revenue. The Commission does not receive the funding as a grant, but operates directly from the DNR budget, with administrative support from the Department.

3. **Significant accounting policies**

   It is the policy of the Commission to charge all fixed asset purchases to expense in the year in which the expenditure is incurred. The Commission is a body corporate, as determined by the Auditor General's Office. However, its sole source of revenue is the Department of Natural Resources (DNR), and its expenditures are included in and administered through the DNR budget. The Commission expenditures are also consolidated in the DNR Annual Report and financial statements.

4. **Expenses not included in these financial statements**

   The Department of Natural Resources has assumed responsibility for the Commission's financial administration and associated costs.

5. **Compensation and Travel Expenses**

   The Chairman of the Commission is paid $25,000 annually. The other six members of the Commission attend monthly meetings and are paid a *per diem* ($100 per day) as set by Order of the Lieutenant-Governor in Council. Reimbursement for travel expenses is based on provincial government guidelines.

6. **Payment Adjustment in 2003-04**

   Late payment of $2,083 (Member's per diem) in 2002-03; paid out in 2003-04.

7. **Sources of financial data**

   Financial data is from the Forest Products Commission and the Department of Natural Resources.

4.0 Marketing Boards – Summary Reports

The following section contains information and charts summarizing financial, silvicultural, harvest and wood sales data for combined and individual marketing boards. General trends are reflected in the charts covering the time period from 1994 to 2003.

Figure 6: Marketing Boards – Financial Summary 2003-04

Year 2003-04	Carleton-Victoria	Madawaska	North Shore	Northumber-land	SENB	SNB	YSC	Combined
Balance Sheet								
Assets								
Current Assets	630,827	590,722	3,454,249	825,182	747,185	611,894	1,437,660	8,297,719
Investments		224,900	116,995					341,895
Capital Assets & Equipment	174,724	21,496	481,241	11,042	112,689		106,161	907,353
Restricted Funds	212,718							212,718
Total Assets	1,018,269	837,118	4,052,485	836,224	859,874	611,894	1,543,821	9,759,685
Liabilities								
Current Liabilities	571,974	26,911	664,039	502,292	207,362	90,167	300,470	2,363,215
Long Term Liabilities	286,278		275,000					561,278
Total Liabilities	858,252	26,911	939,039	502,292	207,362	90,167	300,470	2,924,493
Equity								
Contributed Surplus			105,525					105,525
Retained Earnings	160,017	810,207	3,007,921	333,932	652,512	521,727	1,243,351	6,729,667
Total Liabilities and Equity	1,018,269	837,118	4,052,485	836,224	859,874	611,894	1,543,821	9,759,685
Year End	*Dec 31*	*Mar 31*	*Dec 31*	*Mar 31*	*Mar 31*	*Mar 31*	*Mar 31*	
Income Statement								
Revenue								
Share of Board Wood Sales (%)	*13%*	*5%*	*13%*	*11%*	*12%*	*26%*	*21%*	*100%*
Wood Sales through Board	**11,891,675**	**4,582,828**	**11,416,285**	**10,215,048**	**10,682,789**	**23,453,374**	**19,000,926**	**91,242,925**
Less Cost of Wood Purchased	(11,892,525)	(4,479,684)	(11,075,746)	(9,983,330)	(10,694,567)	(23,053,997)	(18,778,883)	(89,958,732)
Net Sales	(850)	103,144	350,539	231,718	(11,778)	399,377	222,043	1,284,193
Fees, Levies & Other Revenues	248,144	120,869	623,084	73,964	515,183	2,491,319	1,898,044	5,970,607
Net Revenue	247,294	224,013	963,623	305,682	503,405	2,491,319	2,120,087	6,855,423
						*Note		
Expenditures	262,704	199,720	599,636	309,191	421,745	2,250,623	2,135,807	6,179,426
Net Income (Loss)	(15,410)	24,293	363,987	(3,509)	81,660	240,696	(15,720)	675,997

Note: SNB Net Revenue and Net Income do not include Net Sales.

Private Land Silviculture 2003-04

GNB Contribution (80% of costs plus administrative funding)	826,619	849,971	1,229,410	750,926	1,336,226	1,647,532	1,339,131	7,979,815
Area Treated (ha)	*1,261*	*1,413*	*2,832*	*1,106*	*1,760*	*2,860*	*1,709*	*12,941*
Ratio (GNB$ per ha)	*$656*	*$602*	*$434*	*$679*	*$759*	*$576*	*$784*	*$617*
Area of Productive Forest	*179,600*	*109,700*	*280,800*	*137,700*	*304,048*	*436,578*	*361,200*	*1,809,626*
No. of Woodlot Owners (est.)	*3,547*	*2,213*	*7,126*	*3,964*	*8,065*	*8,263*	*6,633*	*39,811*
Share of Woodlot Owners (%)	*9%*	*6%*	*18%*	*10%*	*20%*	*21%*	*17%*	*100%*
Share GNB Silviculture Funding	*10%*	*11%*	*15%*	*9%*	*17%*	*21%*	*17%*	*100%*
Share of Area Treated (%)	*10%*	*11%*	*22%*	*9%*	*14%*	*22%*	*13%*	*100%*
Share of Productive Forest (%)	*10%*	*6%*	*16%*	*8%*	*17%*	*24%*	*20%*	*100%*

Production Reports 2003-04

AAC Softwood ('000 m3)	***140***	***80***	***255***	***159***	***293***	***365***	***310***	***1,602***
MAP Softwood ('000 m3)	*95*	*124*	*216*	*199*	*332*	*381*	*240*	*1,587*
TC Softwood ('000 m3)	*102*	*95*	*405*	*138*	*302*	*264*	*381*	*1,687*
AAC Hardwood ('000 m3)	***220***	***93***	***229***	***77***	***208***	***356***	***283***	***1,466***
MAP Hardwood ('000 m3)	*138*	*127*	*181*	*38*	*80*	*191*	*154*	*909*
TC Hardwood ('000 m3)	*168*	*127*	*76*	*30*	*102*	*153*	*197*	*853*
MAP Total ('000 m3)	*233*	*251*	*397*	*237*	*412*	*572*	*394*	*2,496*
TC Total ('000 m3)	*270*	*222*	*481*	*168*	*404*	*417*	*578*	*2,540*

Note: Shading indicates AAC exceeded.

GNB - Government of New Brunswick **AAC** – Allowable Annual Cut (based on 1992 information)

MAP – Minimum Annual Production – wood from private woodlots that is sold through one of the marketing boards.

TC – Transportation Certificate – wood volume from private woodlots that is transported on NB roads.

Figure 7: Marketing Boards – Financial Summary 2002-03

Year 2002-03	Carleton-Victoria	Madawaska	North Shore	Northumber-land	SENB	SNB	YSC	Combined
Balance Sheet								
Assets								
Current Assets	696,126	539,323	3,167,649	493,719	682,631	258,203	1,438,934	7,276,585
Investments		245,000	116,590			5	222,043	361,595
Capital Assets & Equipment	159,964	21,017	388,631	15,741	136,692		103,802	825,847
Restricted Funds	222,651							222,651
Total Assets	1,078,741	805,340	3,672,870	509,460	819,323	258,208	1,542,736	8,686,678
Liabilities								
Current Liabilities	596,000	19,426	598,411	172,019	248,471	24,360	283,635	1,942,322
Long Term Liabilities	307,314		325,000				22,853	655,167
Total Liabilities	903,314	19,426	923,411	172,019	248,635	24,360	283,635	2,574,636
Equity								
Contributed Surplus			105,525					105,525
Retained Earnings	175,427	785,914	2,643,934	337,441	570,852	233,848	1,259,101	6,006,517
Total Liabilities and Equity	1,078,741	805,340	3,672,870	509,460	819,323	258,208	1,542,736	8,686,678
Year End	*Dec 31*	*Mar 31*	*Dec 31*	*Mar 31*	*Mar 31*	*Feb 28*	*Mar 31*	
Income Statement								
Revenue								
Share of Board Wood Sales	14%	5%	12%	11%	13%	23%	23%	100%
Wood Sales through Board	**12,331,430**	**4,007,292**	**10,361,954**	**9,728,785**	**11,742,769**	**20,108,017**	**20,684,928**	**88,692,713**
Less Cost of Wood Purchased	(12,295,630)	(3,917,951)	(10,054,028)	(9,506,508)	(11,745,646)	(19,763,147)	(20,301,505)	(87,584,415)
Net Sales	35,800	89,341	307,926	222,277	(2,877)	344,870	383,423	1,380,760
Fees, Levies & Other Revenues	248,562	134,239	510,764	97,922	529,663	2,441,073	2,280,434	6,242,657
Net Revenue	284,362	223,580	818,690	320,199	526,786	2,441,073	2,663,857	7,278,547
						* Note		
Total Expenditures	261,963	149,022	626,502	309,862	424,828	2,259,881	2,532,877	6,564,935
Net Income (Loss)	22,399	74,558	192,188	10,337	101,958	181,192	130,980	713,612

Note: SNB Net Revenue and Net Income do not include Net Sales.

Private Land Silviculture 2002-03								
GNB Contribution (80% of costs plus administrative funding)	799,182	871,738	1,249,382	746,556	1,290,216	1,669,765	1,352,526	7,979,365
Area Treated (ha)	*1,242*	*1,429*	*2,752*	*1,126*	*1,775*	*2,697*	*1,814*	*12,835*
Ratio (GNB$ per ha)	*$643*	*$610*	*$454*	*$663*	*$727*	*$619*	*$746*	*$622*
Area of Productive Forest	*179,600*	*109,700*	*280,800*	*137,700*	*304,048*	*436,578*	*361,200*	*1,809,626*
No. of Woodlot Owners (est.)	*3,547*	*2,213*	*7,126*	*3,964*	*8,065*	*8,263*	*6,633*	*39,811*
Share of Woodlot Owners (%)	*9%*	*6%*	*18%*	*10%*	*20%*	*21%*	*17%*	*100%*
Share GNB Silviculture Funding	*10%*	*11%*	*16%*	*9%*	*16%*	*21%*	*17%*	*100%*
Share of Area Treated (%)	*10%*	*11%*	*21%*	*9%*	*14%*	*21%*	*14%*	*100%*
Share of Productive Forest (%)	*10%*	*6%*	*16%*	*8%*	*17%*	*24%*	*20%*	*100%*
Production Reports 2002-03								
AAC Softwood ('000 m3)	**140**	**80**	**255**	**159**	**293**	**365**	**310**	**1,602**
MAP Softwood ('000 m3)	*87*	*114*	*282*	*137*	*293*	*338*	*224*	*1,475*
TC Softwood ('000 m3)	122	**85**	**483**	**305**	*293*	*278*	**511**	**2,077**
AAC Hardwood ('000 m3)	**220**	**93**	**229**	**77**	**208**	**356**	**283**	**1,466**
MAP Hardwood ('000 m3)	*122*	*86*	*139*	*37*	*106*	*124*	*106*	*720*
TC Hardwood ('000 m3)	*148*	**238**	**285**	**161**	*106*	*83*	*162*	*1,183*
MAP Total ('000 m3)	*209*	*200*	*421*	*174*	*399*	*462*	*330*	*2,195*
TC Total ('000 m3)	*270*	*323*	*768*	*466*	*399*	*361*	*673*	*3,260*

Shading indicates AAC exceeded.

GNB - Government of New Brunswick **AAC** – Allowable Annual Cut (based on 1992 information)

MAP – Minimum Annual Production – wood from private woodlots that is sold through one of the marketing boards.

TC – Transportation Certificate – wood volume from private woodlots that is transported on NB roads.

Notes for 2002-03 and 2003-04 Financial Summaries

1. **Unconsolidated Financial Statements**
   Balance Sheet and Income Statement information is from the unconsolidated financial statements of individual forest products marketing boards (that is, the board statements were not consolidated with the corresponding agents' (co-operatives') statements).

2. **Differences in Accounting Policies**
   In spite of efforts to standardize reporting, there are differences in accounting policies and inconsistencies in reporting styles. Wood sales through the marketing boards are voluntary (woodlot owners may market directly to mills or may export). Many of the Boards conduct wood sales through agents (co-operatives), and the wood sales are reflected in the Board's statements or in the financial notes to the Board statements.

3. **Southern New Brunswick Forest Products Marketing Board (SNB) Note**
   SNB net wood sales are not included in the Board's statements; they are contained in the SNB Co-op statements. Also, in 2002-03 SNB noted a $516,416 deficiency in the Forest Management Fund.

4. **Madawaska Forest Products Marketing Board Note**
   Madawaska wood sales through the marketing board are about $4.6 million, but the total wood sales from the area woodlots is approximately $10 million. (Approximately 54% of sales on Board contracts are paid direct to producers by the receiver, with only levies being paid to the Board)

5. **Sources of Information**
   The financial information is from the Forest Products Commission and the Department of Natural Resources. Silviculture information is from the Department of Natural Resources. The Production Report data is from the Commission. The relevant AACs were established in 1992, and new AACs are under development. MAP and TC reports are collected through the marketing boards and are standardized and consolidated by the Commission. The MAP reports do not include all the woodlot production sold outside the marketing board (i.e. direct sales to mills and out-of–province exports). TC reporting was implemented in 2002; the system is being further refined to address concerns about compliance and completeness of data.

4.2 Private Woodlot Silviculture 1994-2003

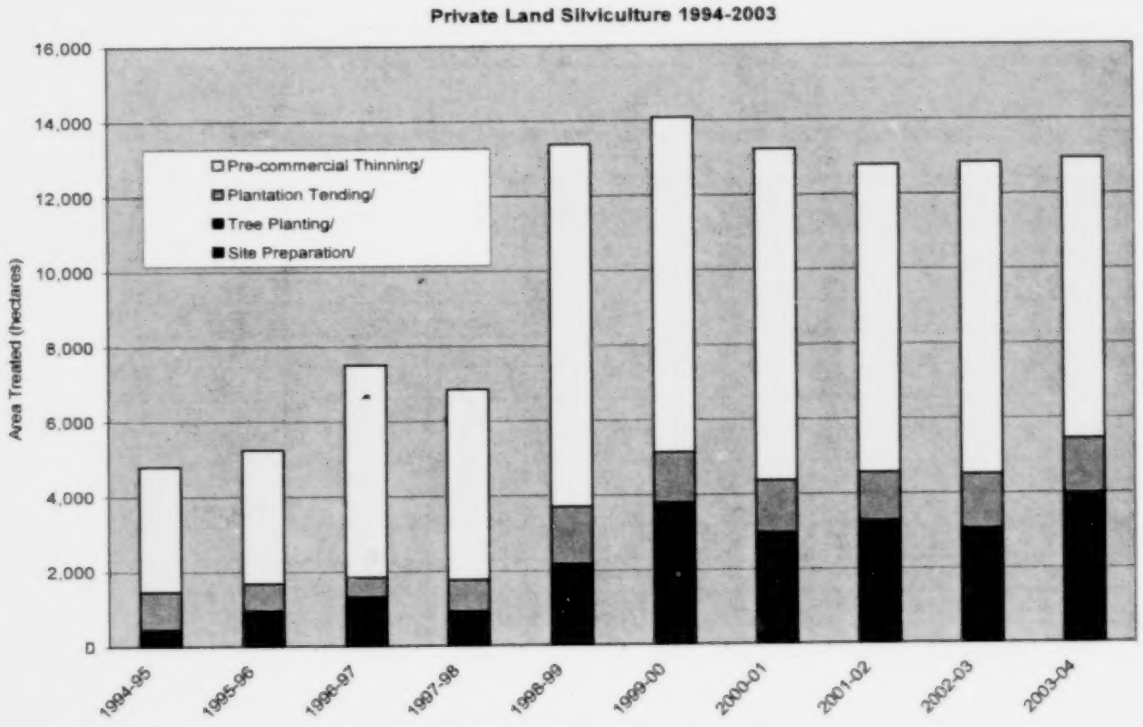
In 2003-04, silviculture treatment was performed on 12,941 hectares of private woodlots. This work was administered through the seven forest products marketing boards. The provincial government contributed $8 million, amounting to 80% of the established costs plus administrative funds, and woodlot owners contributed the remaining 20 per cent.

Figure 8: Private Woodlot Silviculture 2003-04 (hectares)

Group	Site Preparation	Tree Planting	Plantation Tending	Pre-commercial Thinning	Total (ha)
York-Sunbury-Charlotte (YSC)	2	19	21	1,667	1,709
Carleton-Victoria	75	118	244	824	1,261
Madawaska	424	159	134	696	1,413
North Shore	866	935	629	402	2,832
Northumberland	131	150	60	785	1,106
SENB	44	68	13	1,635	1,760
Southern NB (SNB)	579	409	389	1,483	2,860
Total	2,121	1,858	1,470	7,492	12,941

Source: DNR 2002-03 Annual Report, page 20

Figure 9: Private Land Silviculture 1994-2003 (hectares)



Source: DNR Annual Reports 1994-95 to 2003-2004
Note: 1994-95, 1995-96 and 1996-97 includes only reforestation and stand management.

From 1996-1999, a federal-provincial agreement provided $4 million annually for private land silviculture. The government paid 65% of silviculture costs. From 1999 to present day, the provincial government has provided funding for private land silviculture in a formula with 80% contribution by government and 20% from woodlot owners.

In March 2000, the DNR Forest Extension program eliminated. At that time, a separate organization called INFOR was established by maple product and Christmas tree producers to continue an education program for private woodlot owners.

Figure 10: Total Private Woodlot Silviculture 1994-2003 (hectares)

Group	1994-1995*	1995-1996*	1996-1997*	1997-1998	1998-1999	1999-2000	2000-2001	2001-2002	2002-2003	2003-2004
York-Sunbury-Charlotte (YSC)	405	807	1,066	684	1,902	1,912	1,929	1,850	1,814	1,709
Carleton-Victoria	441	559	465	487	878	1,364	1174	1,262	1,242	1,261
Madawaska	625	912	1,108	1,374	2,144	1,730	1,641	1,553	1,429	1,413
North Shore	849	916	804	1,158	2,318	3,067	3,006	3,043	2,752	2,832
Northumberland	431	489	1,680	758	1,643	1,061	1,125	1,179	1,126	1,106
SENB	1,031	658	964	1,003	1,916	1,679	1,558	1,826	1,775	1,760
Southern NB (SNB)	974	905	1,424	1,386	2,569	3,264	2,780	2,171	2,697	2,860
Total	4,802	5,247	7,511	6,850	13,369	14,077	13,213	12,885	12,835	12,941

4.3 Private Woodlot Production and AAC 1994-2003

Figure 11: Marketing Boards – Softwood Minimum Annual Production ('000 cubic meters)

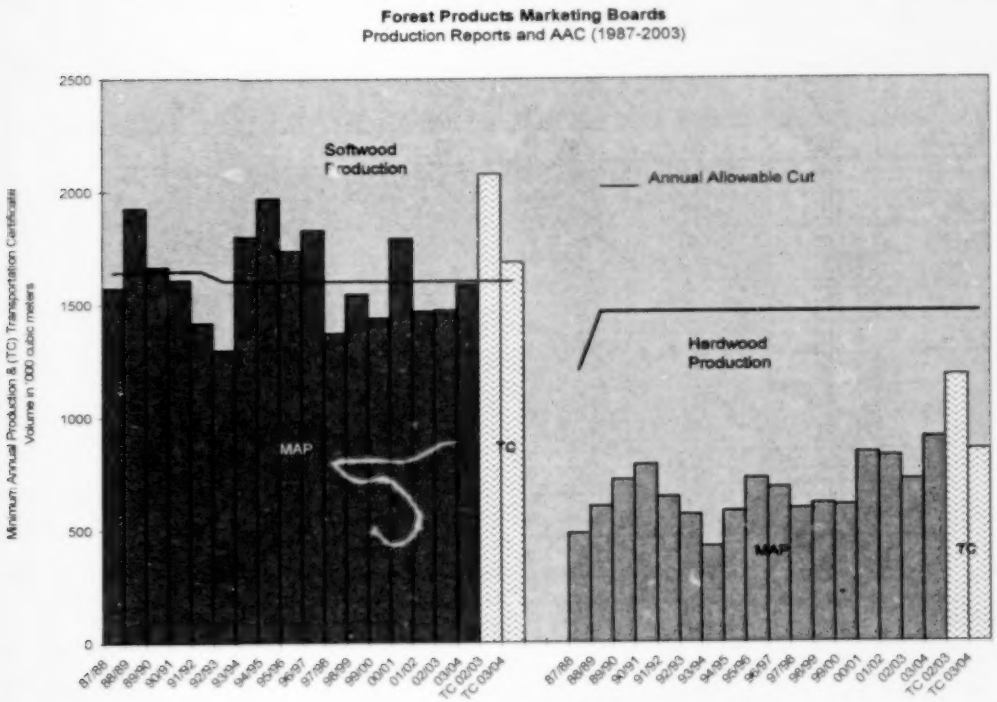
Year	Carleton-Victoria	Madawaska	North Shore	Northumber-land County	SENB	SNB	YSC	Totals
1992/93 AAC	***140***	***80***	***255***	***159***	***293***	***365***	***310***	***1,602***
1994/95	88	113	559	224	384	380	226	1,974
1995/96	91	97	297	245	418	382	209	1,739
1996/97	114	90	514	204	274	395	240	1,831
1997/98	69	100	301	134	277	320	172	1,373
1998/99	75	83	362	134	309	348	235	1,546
1999/00	76	88	362	134	329	249	203	1,441
2000/01	80	103	631	166	302	316	195	1,793
2001/02	133	120	321	178	270	270	179	1,471
2002/03	87	114	282	137	293	338	224	1,475
2003/04	95	124	216	199	332	381	240	1,587
MAP 10 Year Ave.	91	103	385	176	319	338	212	1,623
Frequency MAP Over AAC	0%	100%	90%	60%	60%	50%	0%	40%
% Ave. MAP Vol. Under/ Over AAC	-35%	29%	51%	10%	9%	-7%	-32%	1%
TC 02/03*	122	85	483	305	293	278	511	2,077
TC 03/04*	102	95	405	138	302	264	381	1,687

Figure 12: Marketing Boards – Hardwood Minimum Annual Production ('000 cubic meters)

Year	Carleton-Victoria	Madawaska	North Shore	Northumber-land County	SENB	SNB	YSC	Totals
1992/93 AAC	***220***	***93***	***229***	***77***	***208***	***356***	***283***	***1,466***
1994/95	178	26	38	17	71	45	207	582
1995/96	169	56	151	35	58	42	216	727
1996/97	154	49	145	42	82	13	201	686
1997/98	114	48	148	50	72	14	146	592
1998/99	93	59	151	62	71	7	172	615
1999/00	125	65	125	35	72	9	177	608
2000/01	135	80	258	62	81	111	114	841
2001/02	124	70	292	31	74	114	121	826
2002/03	122	86	139	37	106	124	106	720
2003/04	138	127	181	38	80	191	154	909
TC 02/03*	148	238	285	161	106	83	162	1,183
TC 03/04*	168	127	76	30	102	153	197	853

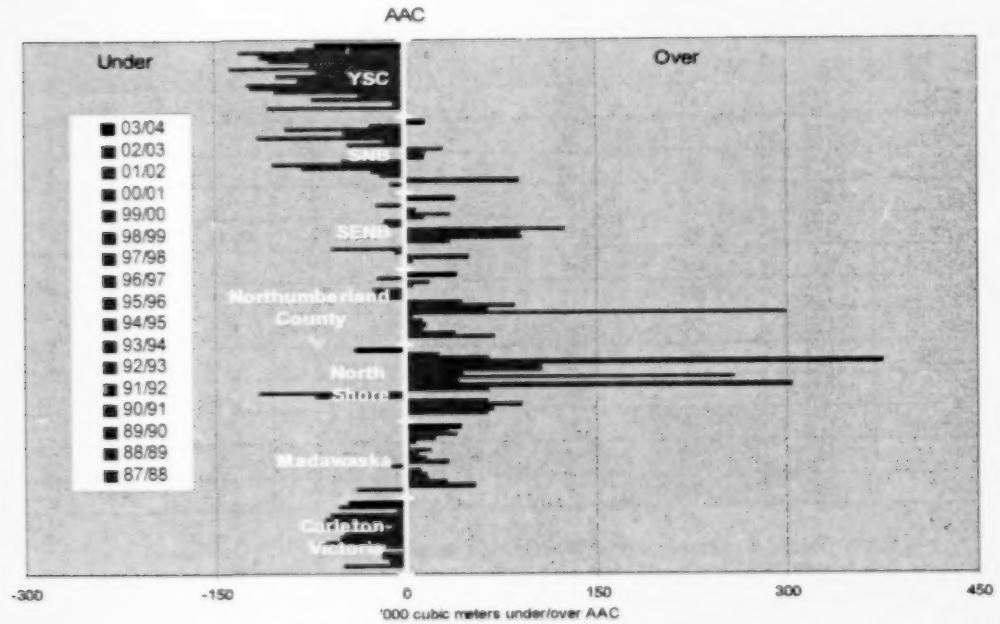
Note 1: Shading indicates exceedance of AAC. AACs are being updated.
Note 2: MAP (Minimum Annual Production) includes only production sold through the marketing system.
Note 3: TC (Transportation Certificate) includes all wood transported by road from private woodlots. The TC information is not complete.
Source: New Brunswick Forest Products Commission.

Figure 13: Forest Products Marketing Boards – Production Reports and AAC (1987-2003)



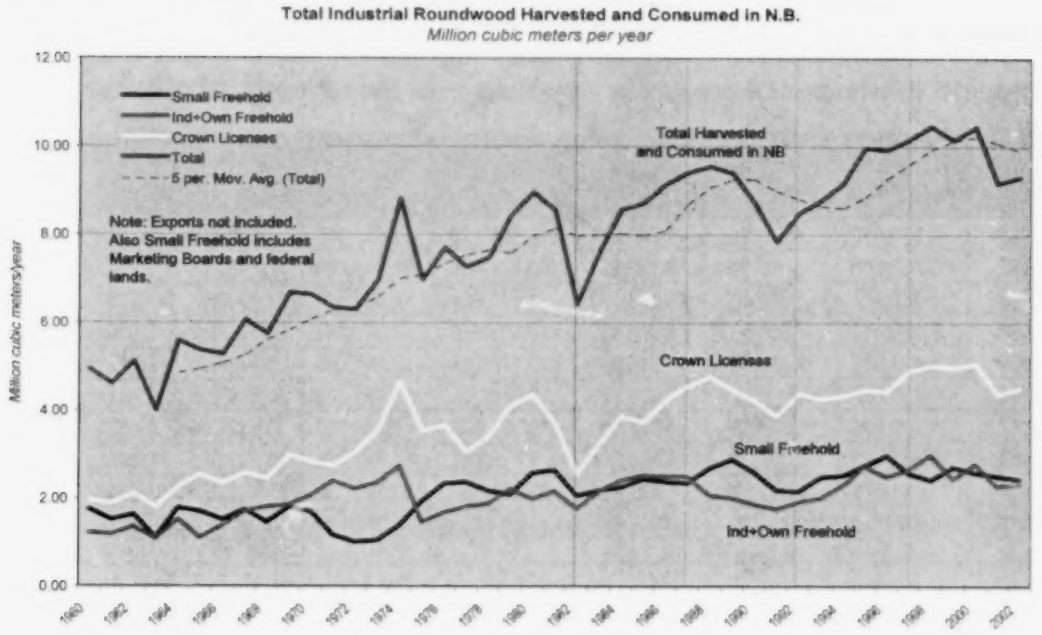
Source: Forest Products Commission

Figure 14: Forest Products Marketing Boards – Softwood Minimum Annual Production vs. AAC (1987-2003)



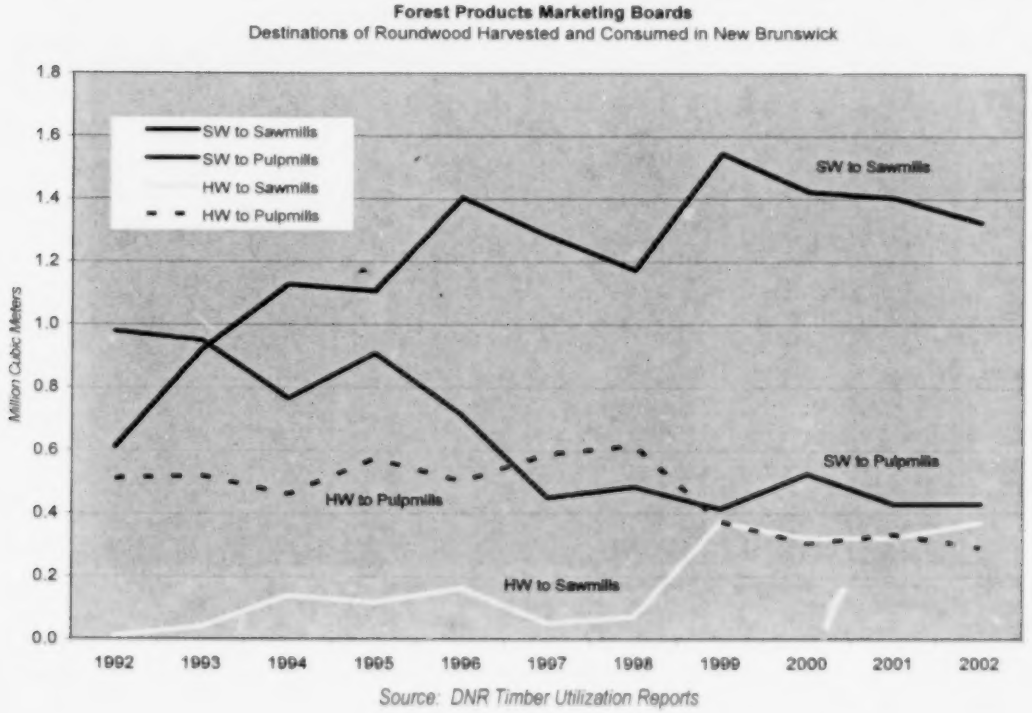
Source: New Brunswick Forest Products Commission

Figure 15: Total Industrial Roundwood Harvested and Consumed in N. B.



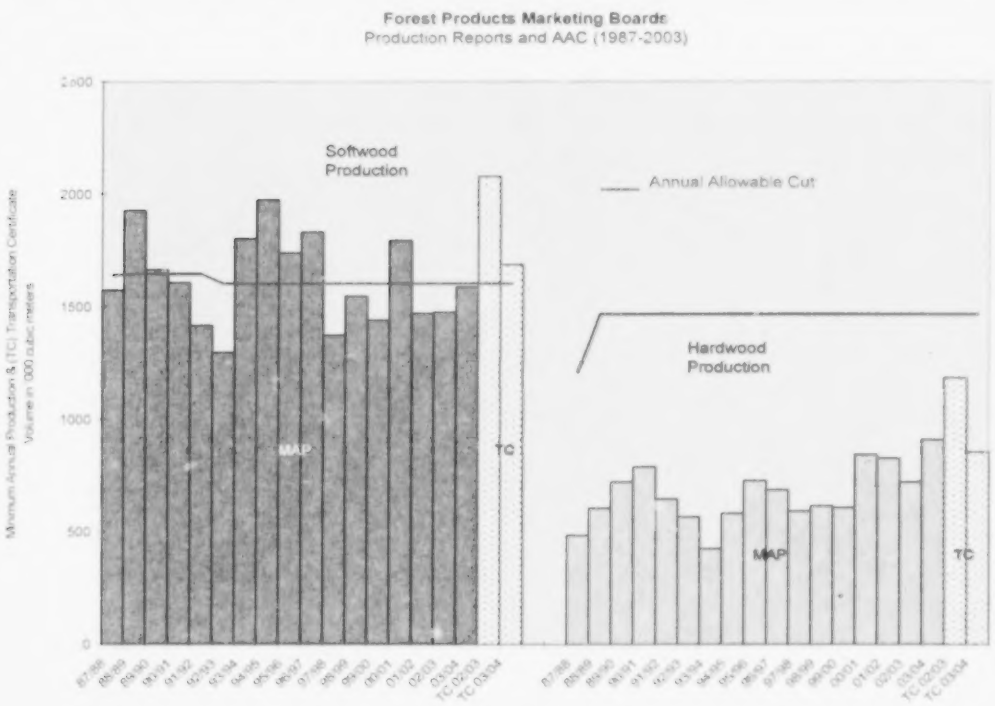
Source: DNR Timber Utilization data

Figure 16: Forest Products Marketing Boards – Roundwood Volume to Sawmills and Pulpmills 1992-2002



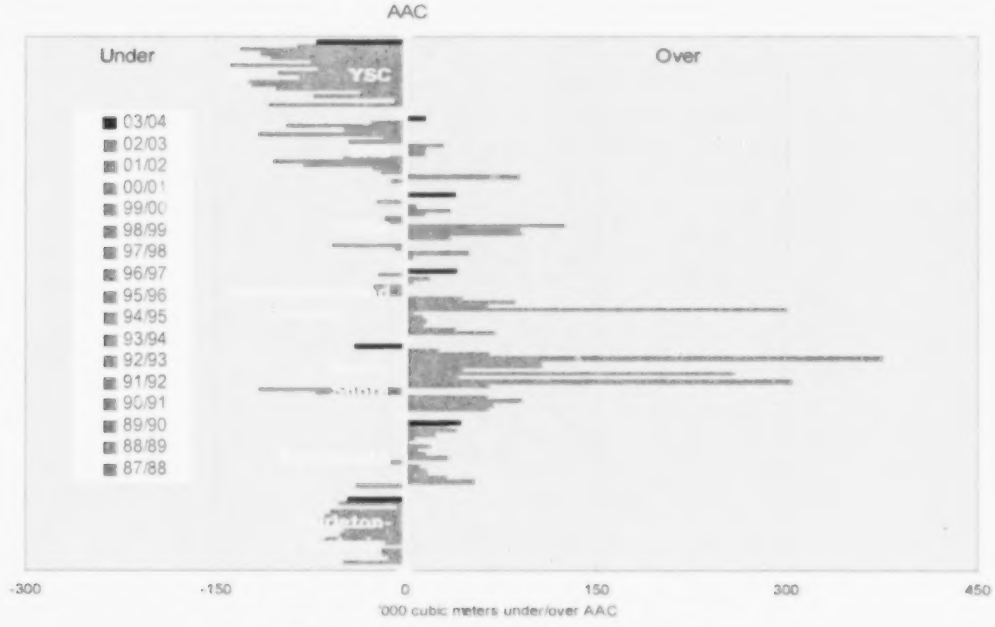
Source: DNR Timber Utilization Reports

Figure 13: Forest Products Marketing Boards – Production Reports and AAC (1987-2003)



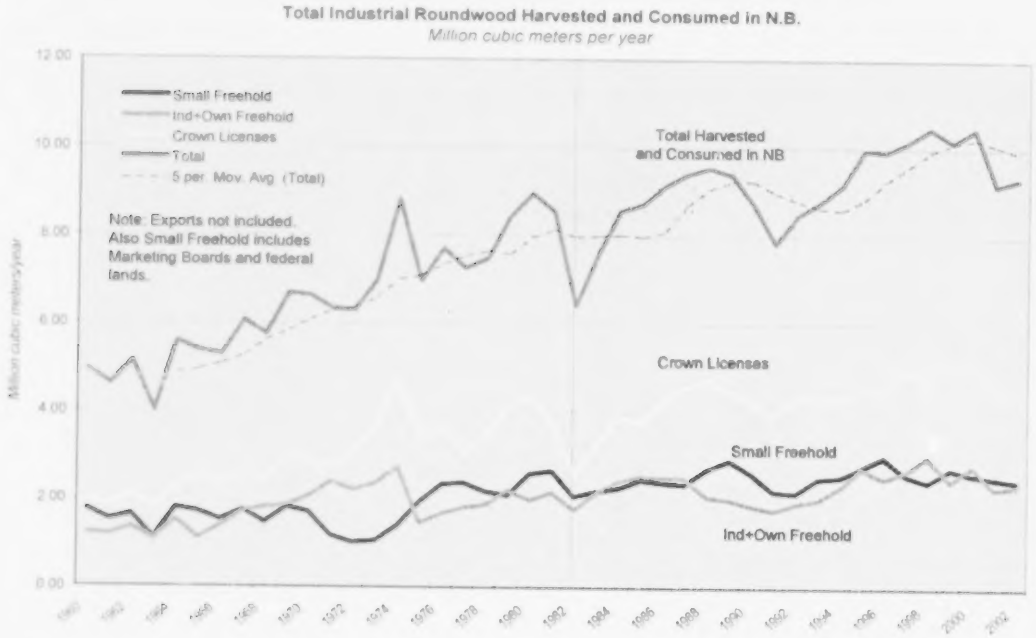
Source: Forest Products Commission

Figure 14: Forest Products Marketing Boards – Softwood Minimum Annual Production vs. AAC (1987-2003)



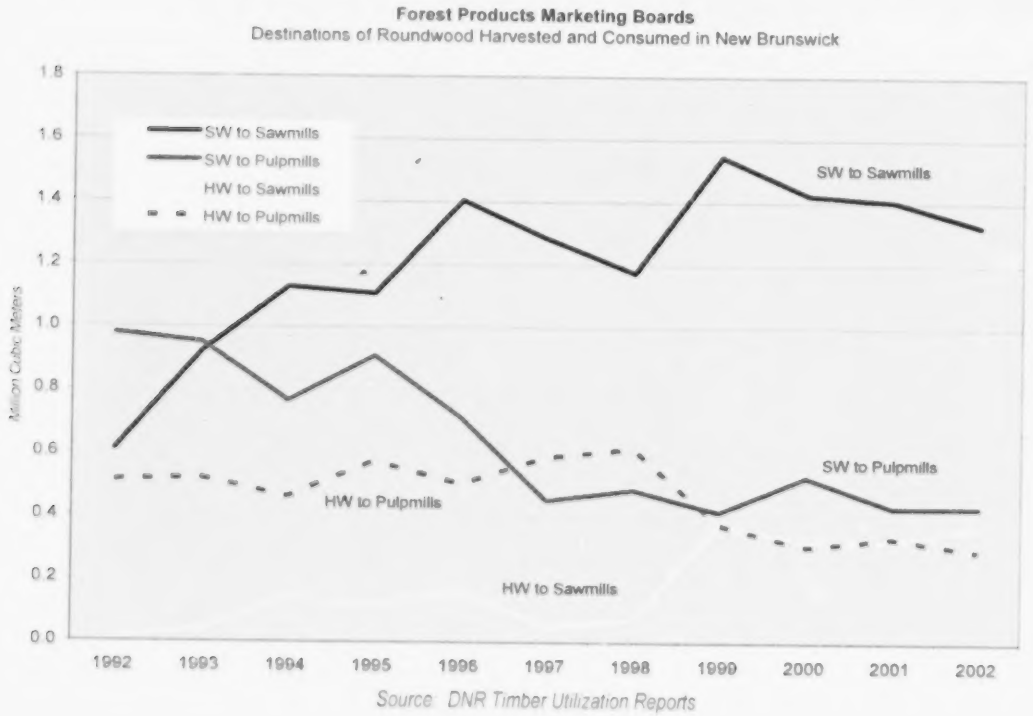
Source: New Brunswick Forest Products Commission

Figure 15: Total Industrial Roundwood Harvested and Consumed in N. B.



Source: DNR Timber Utilization data

Figure 16: Forest Products Marketing Boards – Roundwood Volume to Sawmills and Pulpmills 1992-2002



Source: DNR Timber Utilization Reports

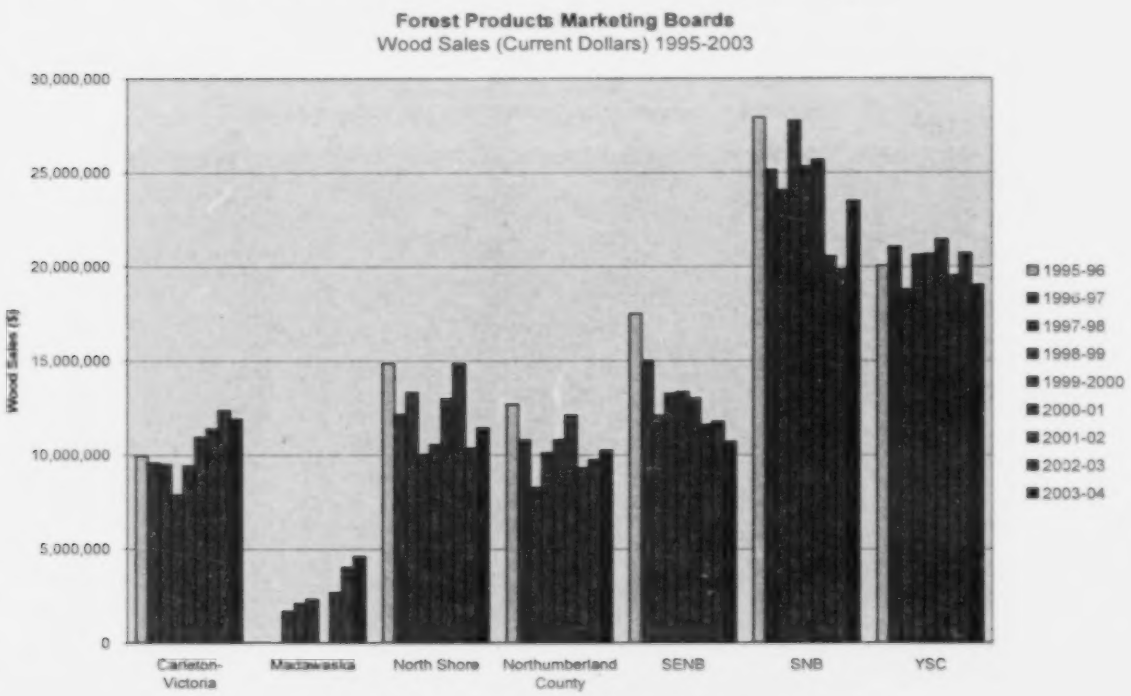
4.4 Wood Sales through Marketing Boards 1995-2003

Figure 17: Forest Product Marketing Boards – Wood Sales (gross revenue - Canadian dollars) 1995-2003

Year	Carleton-Victoria	Madawaska	North Shore	Northumber-Land County	SENB	SNB	YSC	Totals
1995/96	9,959,616	n/a	14,840,374	12,658,120	17,489,705	27,903,522	20,015,324	102,866,661
1996/97	9,566,968	n/a	12,138,271	10,777,464	14,994,064	25,110,233	21,023,344	93,610,344
1997/98	9,486,274	1,672,856	13,303,504	8,267,004	12,087,941	24,040,651	18,764,483	87,622,713
1998/99	7,869,411	2,094,782	10,006,497	10,103,275	13,247,342	27,736,953	20,584,852	91,643,112
1999/00	9,424,862	2,315,797	10,546,265	10,777,013	13,312,585	25,308,065	20,651,786	92,336,373
2000/01	10,936,077	n/a	12,958,550	12,075,005	12,983,740	25,634,120	21,424,581	96,012,073
2001/02	11,379,990	2,677,898	14,822,589	9,307,896	11,584,107	20,532,754	19,534,879	89,840,113
2002/03	12,331,430	4,007,292	10,361,954	9,728,785	11,742,769	19,835,555	20,684,928	88,692,713
2003/04	11,891,675	4,582,828	11,416,285	10,215,048	10,682,789	23,453,374	19,000,926	91,242,925
Year End	Dec 31	Jan 31	Dec 31	Mar 31	Mar 31	Feb 28 Mar 31**	Mar 31	

*Note: **SNB's year end changed to March 31 as of 2004.*
Source: New Brunswick Forest Products Commission

Figure 18: Forest Products Marketing Boards – Wood Sales 1995-2003



Note: Wood sales for the Madawaska marketing board area are estimated to be $10 million; only $4.6 million of the wood sales are through the marketing board.
Source: New Brunswick Forest Products Commission

4.5 Individual Marketing Boards – Production Reports and AAC 1987-2003

Source: All data used in this section is from the New Brunswick Forest Products Commission.

Note 1: MAP (Minimum Annual Production) is only the volume of wood sold through the marketing board system. All the volume sold directly to mills or exported is not included in the MAP data. The MAP significantly under-reports the total wood production from the marketing board area. The AAC is based on the forest inventory for the entire area of private woodlots in the marketing board area. The harvesting which exceeds the AAC is therefore under-reported as well.

Use caution in interpreting the data.

Note 2: The TC (Transportation Certificate) data shown is considered incomplete.

Figure 19: Carleton-Victoria Forest Products Marketing Board – Production Reports and AAC (1987-2003)

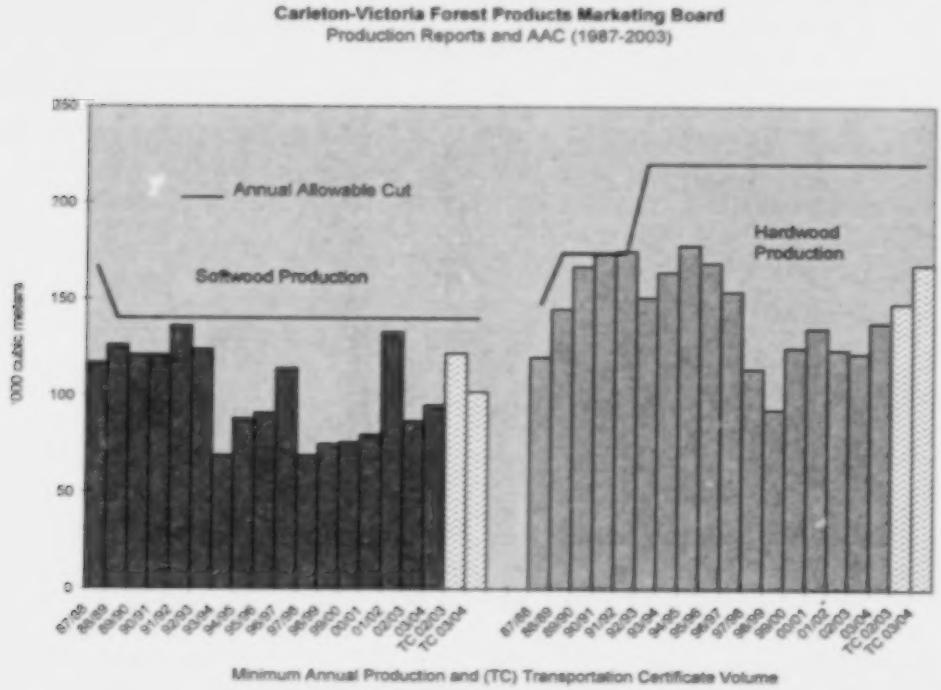


Figure 20: Madawaska Forest Products Marketing Board – Production Reports and AAC (1987-2003)

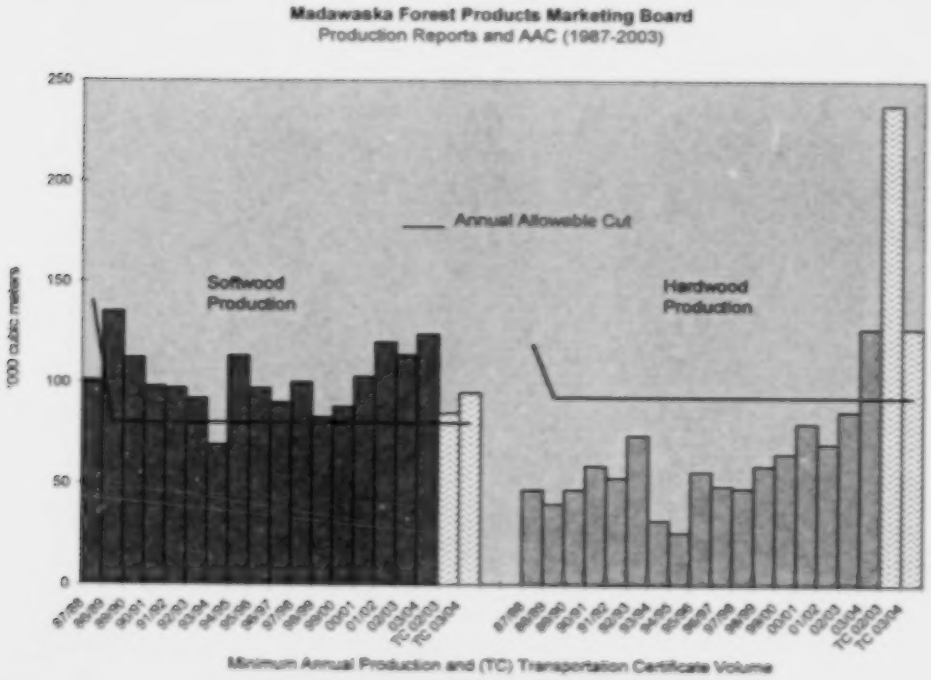


Figure 21: North Shore Forest Products Marketing Board – Production Reports and AAC (1987-2003)

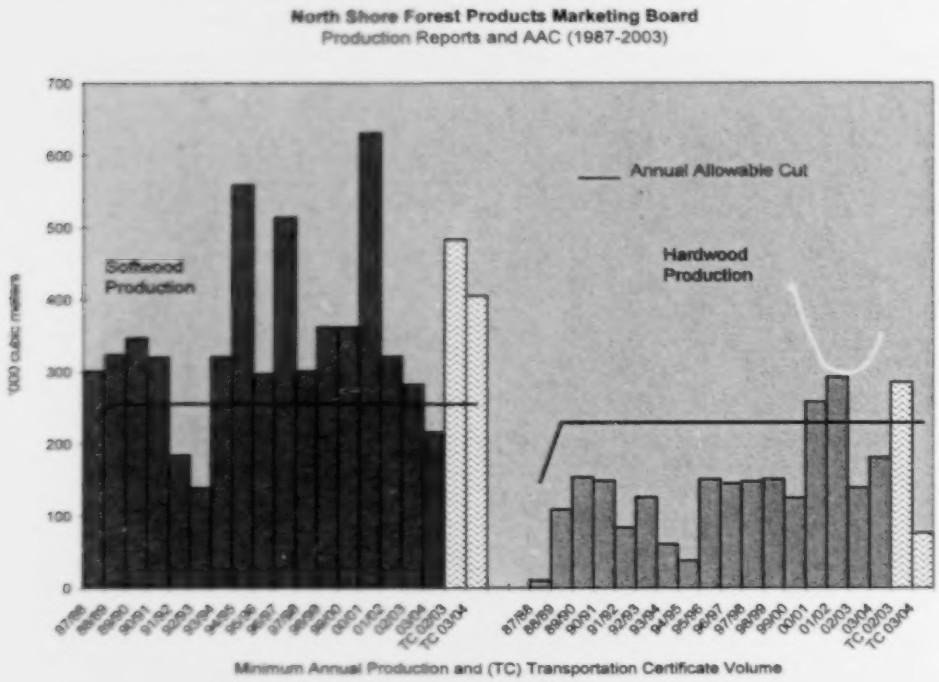

North Shore Forest Products Marketing Board
Production Reports and AAC (1987-2003)
'000 cubic meters
Annual Allowable Cut
Softwood Production
Hardwood Production
Minimum Annual Production and (TC) Transportation Certificate Volume

Figure 22: Northumberland County Forest Products Marketing Board – Production Reports and AAC (1987-2003)

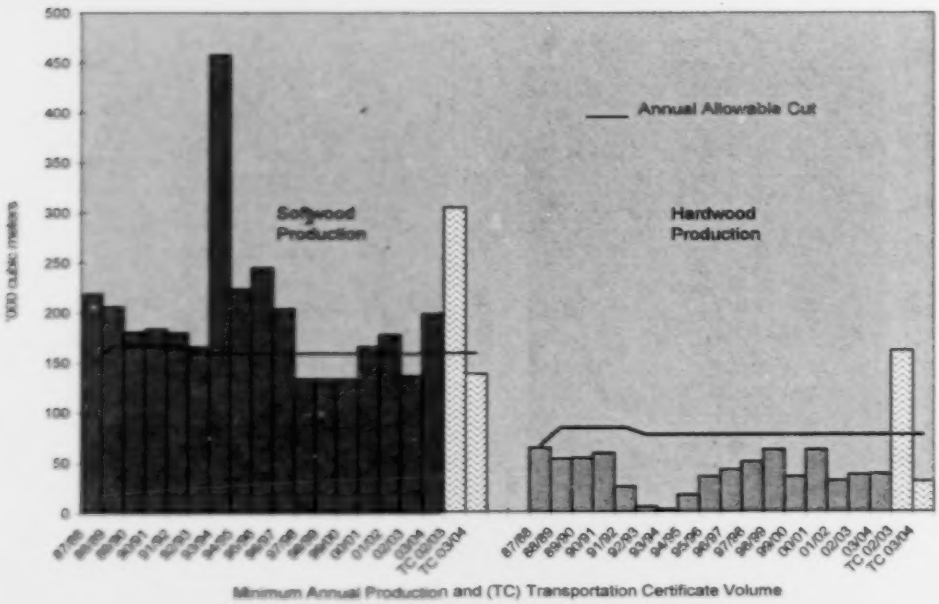

Northumberland County Forest Products Marketing Board
Production Reports and AAC (1987-2003)
'000 cubic meters
Annual Allowable Cut
Softwood Production
Hardwood Production
Minimum Annual Production and (TC) Transportation Certificate Volume

Figure 19: Carleton-Victoria Forest Products Marketing Board – Production Reports and AAC (1987-2003)

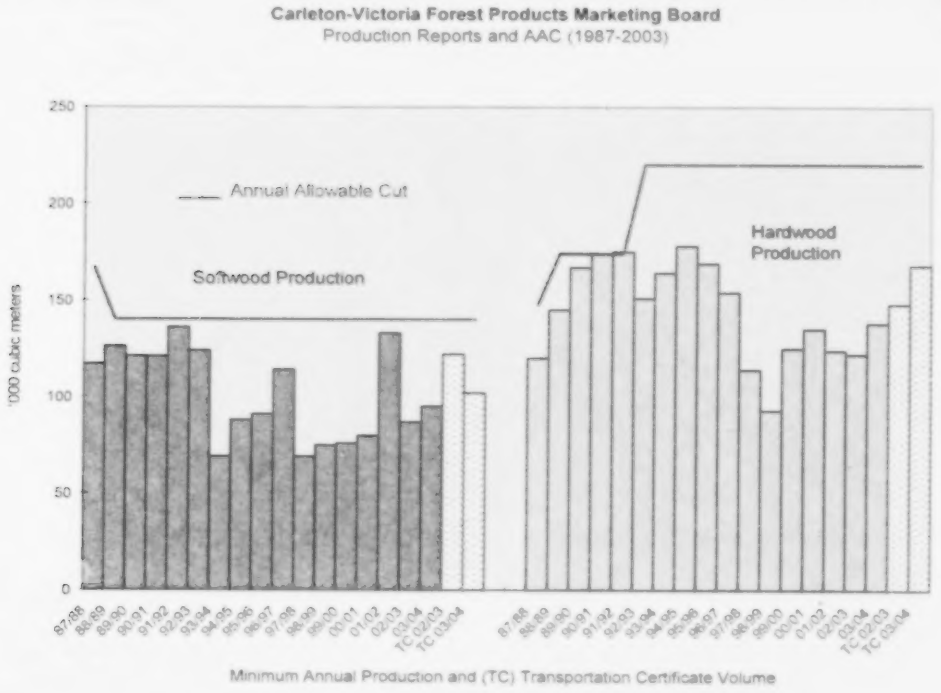


Figure 20: Madawaska Forest Products Marketing Board – Production Reports and AAC (1987-2003)

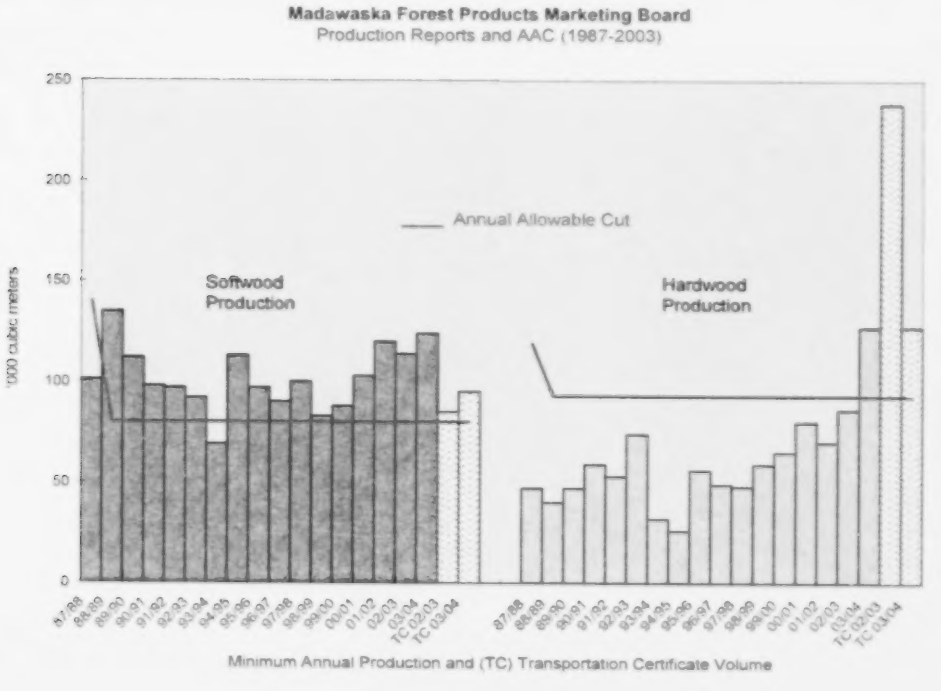


Figure 21: North Shore Forest Products Marketing Board – Production Reports and AAC (1987-2003)

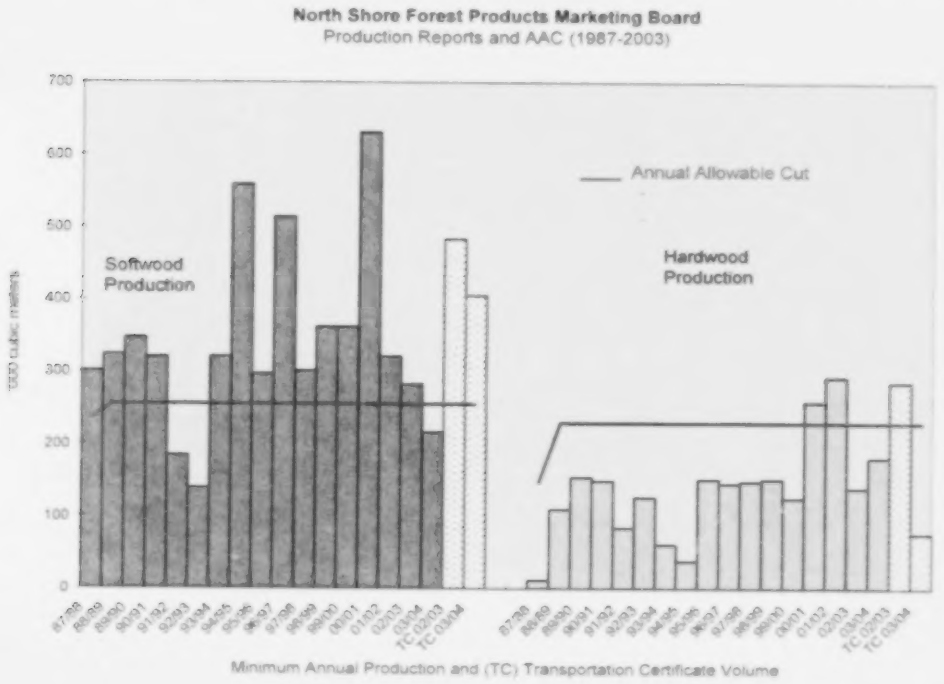


Figure 22: Northumberland County Forest Products Marketing Board – Production Reports and AAC (1987-2003)

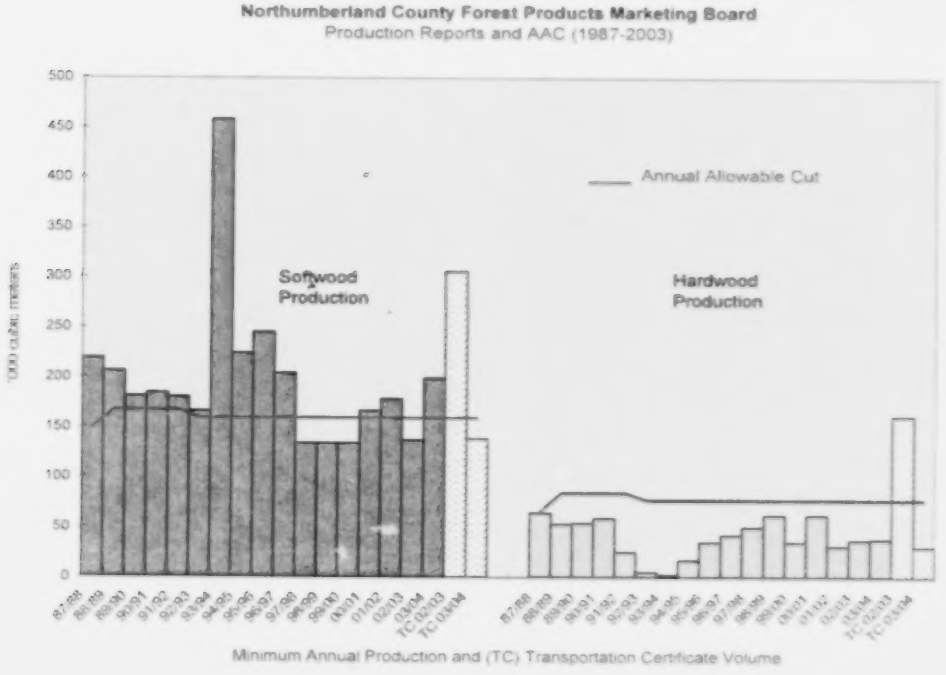


Figure 23: South East New Brunswick Forest Products Marketing Board – Production reports and AAC (1987-2003)

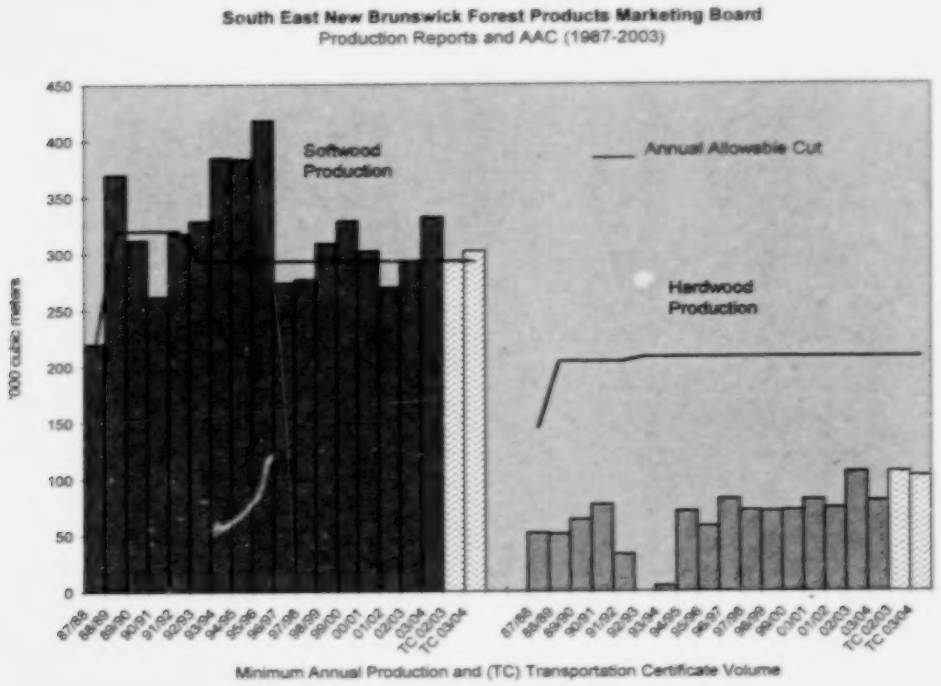

South East New Brunswick Forest Products Marketing Board
Production Reports and AAC (1987-2003)
'000 cubic meters
Softwood Production
Annual Allowable Cut
Hardwood Production
Minimum Annual Production and (TC) Transportation Certificate Volume

Figure 24: Southern New Brunswick Forest Products Marketing Board – Production Reports and AAC (1987-2003)

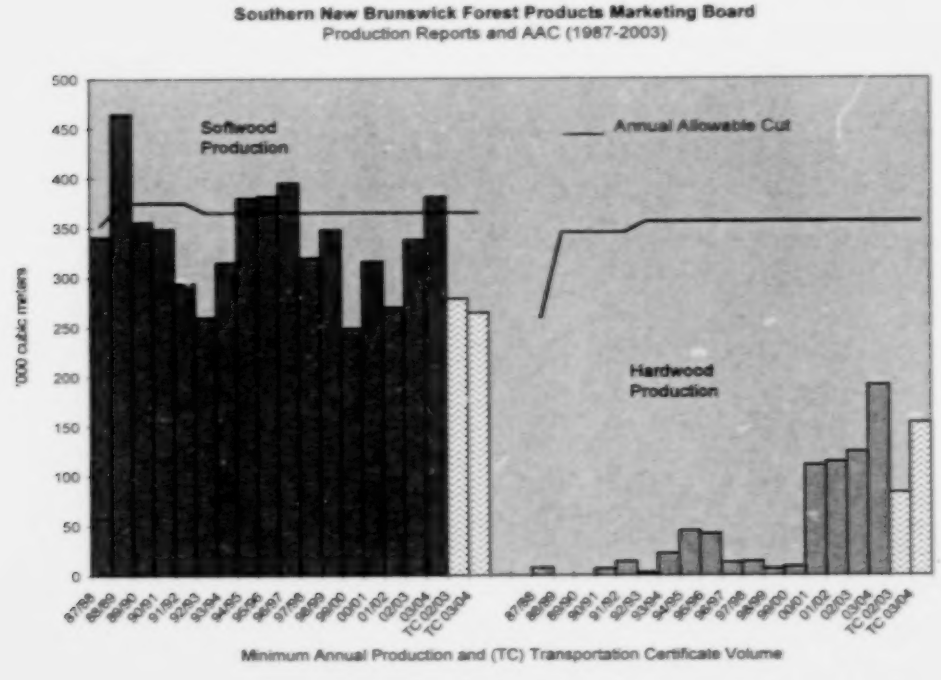

Southern New Brunswick Forest Products Marketing Board
Production Reports and AAC (1987-2003)
'000 cubic meters
Softwood Production
Annual Allowable Cut
Hardwood Production
Minimum Annual Production and (TC) Transportation Certificate Volume

Figure 25: York Sunbury Charlotte Forest Products Marketing Board – Production Reports and AAC (1987-2003)

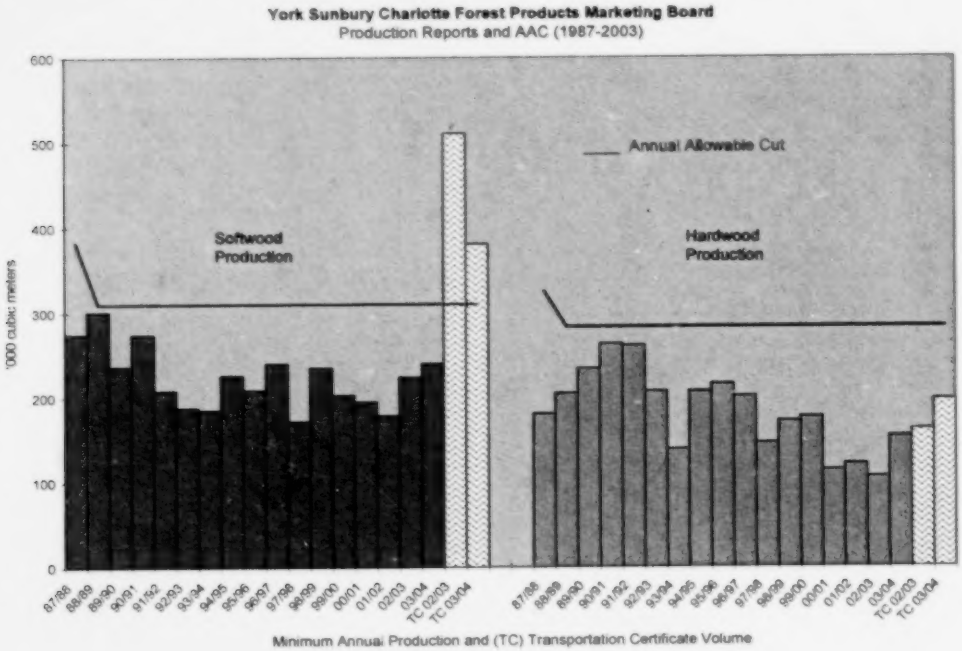


Figure 23: South East New Brunswick Forest Products Marketing Board – Production reports and AAC (1987-2003)

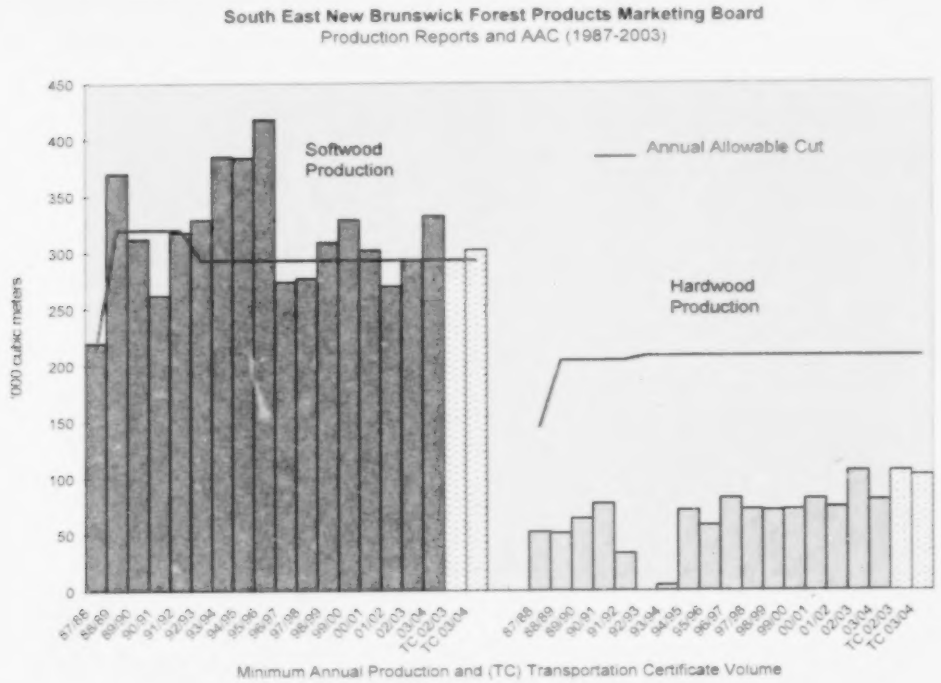

South East New Brunswick Forest Products Marketing Board
Production Reports and AAC (1987-2003)
Softwood Production
Annual Allowable Cut
Hardwood Production
000 cubic meters
Minimum Annual Production and (TC) Transportation Certificate Volume

Figure 24: Southern New Brunswick Forest Products Marketing Board – Production Reports and AAC (1987-2003)

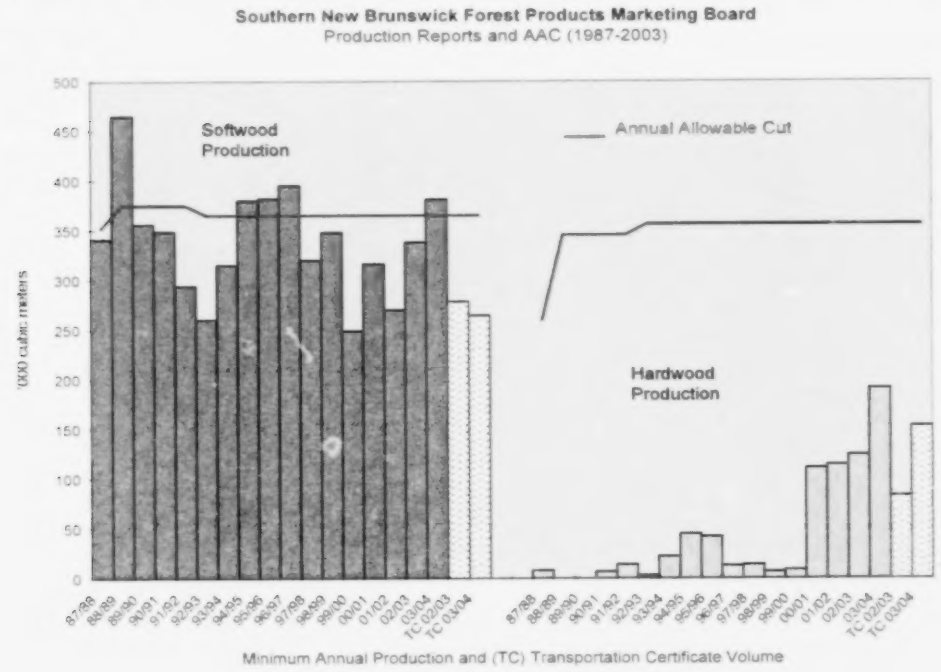

Southern New Brunswick Forest Products Marketing Board
Production Reports and AAC (1987-2003)
Softwood Production
Annual Allowable Cut
Hardwood Production
000 cubic meters
Minimum Annual Production and (TC) Transportation Certificate Volume

Figure 25: York Sunbury Charlotte Forest Products Marketing Board – Production Reports and AAC (1987-2003)

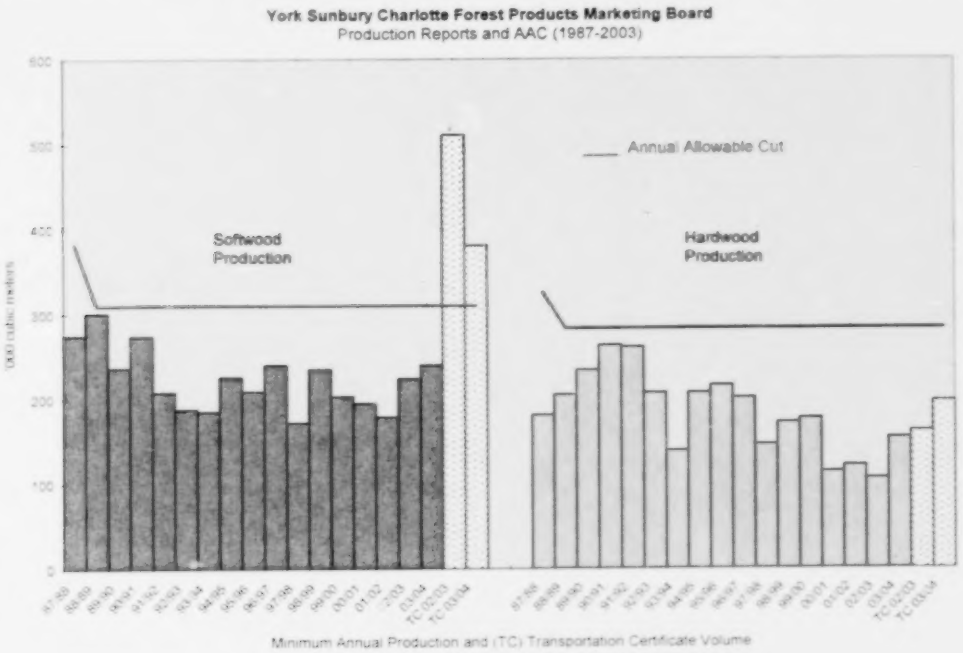

York Sunbury Charlotte Forest Products Marketing Board
Production Reports and AAC (1987-2003)
Annual Allowable Cut
Softwood Production
Hardwood Production
Minimum Annual Production and (TC) Transportation Certificate Volume

Figure 26: Forest Products Marketing Boards
Contact Information

Carleton-Victoria Forest Products Marketing Board
330 Centerville Road, Florenceville, NB, E7L 3K4
Agent: Carleton-Victoria Wood Producer's Association

Chairman: Dell Hiscock
Manager: Tim Fox
Telephone: (506) 392-5584
Fax: (506) 392-8290
Email: cvnpa@nbnet.nb.ca

Madawaska Forest Products Marketing Board
870 Canada Street, P. O. Box 5
Edmundston, NB, E3V 3X3

Chairman: Charles Albert
Manager: Claude Pelletier
Telephone: (506) 739-9585
Fax: (506) 739-0859
Email: odvdm@nbnet.nb.ca

North Shore Forest Products Marketing Board
2807 Miramichi Avenue, P. O. Box 386
Bathurst, NB, E2A 3Z3
Agent: North Shore Forestry Syndicate Inc.

Chairman: Ken Hornibrook
Manager: Frank Branch
Telephone: (506) 548-8958
Fax: (506) 548-1165
Email: nsfpmb@nbnet.nb.ca

Northumberland County Forest Products Marketing Board
McMurdo Street, Industrial Park
P. O. Box 494, Miramichi, NB, E1V 3M6
Agent: Northumberland Co. Woodlot Owners and Pulp Producers Assoc. Inc.

Chairman: Harry Williston
Manager: Ruby Dunn
Telephone: (506) 622-4010
Fax: (506) 622-6317
Email: nwoodlot@nbnet.nb.ca

Southeast New Brunswick Forest Products Marketing Board
P. O. Box 5074, Shediac, NB, E4P 8T8

Chairman: Blair Thurrott
Manager: June Goddard
Telephone: (506) 532-1150
Fax: (506) 532-6500
Email: senbmb@nbnet.nb.ca

Southern New Brunswick Forest Products Marketing Board
P. O. Box 4473, Sussex, NB, E4E 5L6
Agent : SNB Wood Co-operative Limited

President: Harley Tingley
Co-President: James MacCrea
Manager: Dave Corbin
Telephone: (506) 433-9860
Fax: (506) 433-3623
Email: snb@nbnet.nb.ca

York-Sunbury-Charlotte Forest Products Marketing Board
1350 Regent St., Fredericton, NB, E3C 2G6

Chairman: Rod Mott
Manager: David Palmer
Telephone: (506) 444-6644
Fax: (506) 444-6630
Email: ysc@nbnet.nb.ca

5.0 Appendix

Appendix A: Glossary

Agent – Marketing boards may have Co-operatives (Syndicats) carrying out business on their behalf. Legislation establishes that marketing boards submit information to the Commission; the Commission must oversee the operations of the Boards, including some of the business the co-ops carry out for the boards (for example: wood sales).

Annual Allowable Cut (AAC) - The volume of timber that may be harvested during a given time to maintain sustained production (Select Committee, 2004)

Annual Report – An annual accountability document containing financial and performance information regarding a Department or organization.

Certification – A designation earned for meeting environmental protocols established by a certifying body (eg. CSA, SFI, FSC, Pan-European). Certified operations are required to meet the established standards for sustainable forest management.

Commission – The New Brunswick Forest Products Commission (FPC).

Conciliation and Mediation – are two forms of dispute resolution. Conciliation uses an independent third party to make the decision, whereas mediation relies on a third party mediator to bring the two parties together to resolve the issue.

Crown Corporations Committee – A standing committee of the New Brunswick Legislature to review Crown Corporations' performance and information in the public interest.

Crown Land (provincial) – Lands owned by the Crown (held by the province of New Brunswick) and managed by the Department of Natural Resources under the *Crown Lands and Forests Act*. There are also federal Crown lands.

DNR – New Brunswick Department of Natural Resources.

Forest Products – Products made from trees or forest vegetation including lumber, pulp and paper, Christmas trees, ginger, maple products, etc. Primary forest products include only raw, unprocessed wood, but not Christmas trees and maple products.

Harvest and Production – Annual cut usually measured in cubic meters.

Industrial Freehold – Lands owned by mills and wood processors are commonly referred to as industrial freehold. The main goal for these lands is to maximize their value to the wood processing facilities. (Auditor General, 2000)

MAP (Minimum Annual Production) – The volume of wood harvested from private woodlots in a regulated area and sold through one of the seven marketing boards.

Forest Products Marketing Board or "Board" – a corporate entity established under the *Natural Products Control Act* to control and regulate the marketing of primary forest products, and to ensure that private woodlot owners have a fair and orderly market system for sale of their wood products.

NAFTA – North American Free Trade Agreement (US-Canada-Mexico trade agreement intended to encourage cross border trade and commerce).

Pre-commercial thinning – tree thinning carried out before commercial harvest.

Primary Source of Supply - "Primary supply" became government policy in the mid-1980's when there was an oversupply of wood to the market place. It was intended to ensure private wood was purchased first by processors and that Crown wood was reserved as the supply of last resort. Today the rationale of primary supply is linked to issues such as scheduling and pricing rather than the ability for wood to flow from private land to a processing facility. (Select Committee, 2004)

Proportional Source of Supply – "equitable sharing among the sources of wood supply...based on historic market share of supply to a wood processing facility" (CLFA 29(7.1)). (Auditor General, 2000)

Public Accounts Committee – Standing Committee of New Brunswick Legislature that reviews all Departmental expenditures.

Silviculture – Growing and tending trees. Silvicultural activities can include tree planting, site preparation, thinning, herbicide applications and management planning.

Softwood and Hardwood – Softwoods are conifers (spruce and fir) and hardwoods are deciduous or broad-leafed trees – used mainly for lumber, paper making or other wood products.

Softwood Lumber Dispute – A trade issue between the US and Canada. The US claims that Canadian forest product production is subsidized by the Crown, creating an unfair advantage in the market. The Maritimes has an exemption from the softwood lumber tariff because of the amount of private land harvest and the way Crown timber royalties are set.

Sustainable Forest Management - Management of the forest in a manner to sustain the "forest" ecosystem, and, environmental, economic and social values.

Sustainable Yield – Sustainable Wood Supply – a continuing, stable supply of timber.

Transportation Certificate – A document containing information related to source and destination, volume, etc., that is used to track all wood moving by road in New Brunswick. The certificate system includes wood from private woodlots and that sold outside the marketing boards and exports. The system is just two years old and there are significant concerns that the information collected is not complete. The certificate system was established under the *Transportation of Primary Forest Products Act* (assented to 1999). It was also intended to address wood theft and help marketing boards in collecting levies for wood sourced from private woodlots.

Wood Sales – Sales (value) of raw wood through the marketing boards. The MAP reports track the volume of private wood flowing through the marketing board system, and the Transportation Certificate records the volume of wood moving by road.

Wood Supply and Demand – Wood supply is how much wood is available to the market, and the demand is how much wood the mills utilize or can utilize. Sustainable wood supply refers to how much wood is available that allows for sustainable harvest in future or harvest in a manner that sustains economic, environmental and social values.

2004-2005

Rapport annuel

Commission des produits forestiers du Nouveau-Brunswick

New Nouveau Brunswick
CANADA

2004-2005

Rapport annuel

Commission des produits forestiers du Nouveau-Brunswick

New Nouveau
Brunswick
CANADA

Rapport annuel
2003-2004

Commission des produits forestiers du Nouveau-Brunswick

Bernard Valcourt (président)
Linda Gould McDonald (directrice générale)

Le 31 octobre 2005

Téléphone : (506) 453-2196
C.P. 6000, Fredericton (Nouveau-Brunswick) E3B 5H1

Centre forestier Hugh John Flemming,
pièce 215, 1350, rue Regent,
Fredericton (Nouveau-Brunswick) E3B 5H1

Le 31 octobre 2005

M. Keith Ashfield (ministre des Ressources naturelles)
Ministère des Ressources naturelles du Nouveau-Brunswick
C.P. 6000
Fredericton (Nouveau-Brunswick)
E3B 5H1

Monsieur le Ministre,

Référence : Commission des produits forestiers du Nouveau-Brunswick – Rapport annuel 2003-2004

Au nom de la Commission des produits forestiers du Nouveau-Brunswick, j'ai l'honneur de présenter notre rapport annuel pour la période du 1er avril 2003 au 31 mars 2004. Il s'agit du premier rapport annuel écrit de la Commission, et il a été rédigé pour donner suite à une demande du Comité des corporations de la Couronne et aux recommandations du Bureau du vérificateur général. Le rapport a pour but de souligner les activités et les réalisations de la Commission des produits forestiers durant l'année financière 2003-2004 et de transmettre des renseignements sommaires sur les offices de commercialisation des produits forestiers.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Ministre, l'expression de mes sentiments les plus distingués.

Bernard Valcourt

Président, CPFNB

Table des matières

Lettre d'accompagnement i
Table des matières ii
Liste des tableaux iii

1.0 Introduction 1
- 1.1 Renseignements généraux 1
- 1.2 Rapports annuels 1

2.0 Organisation et fonction de la Commission 2
- 2.1 Historique et champ d'application 2
- 2.2 Structure de la Commission 4
- 2.3 Vision et mission 4
- 2.4 Rôle et responsabilités de la Commission 5
- 2.5 Tâches des offices de commercialisation 5

3.0 Rapport annuel de la Commission 7
- 3.1 Boisés privés et système commercial 7
- 3.2 État du réseau des offices de commercialisation 8
- 3.3 Activités de la Commission en 2003-2004 10
- 3.4 Faits saillants des années précédentes 11
- 3.5 État financier de la Commission 12

4.0 Offices de commercialisation – Rapports sommaires 14
- 4.1 Offices de commercialisation – États financiers pour 2003-2004 et 2002-2003 15
- 4.2 Sylviculture dans les terres privées entre 1994 et 2003 18
- 4.3 Récolte dans les terres privées et CAP entre 1994 et 2003 20
- 4.4 Ventes de bois par l'entremise des offices de commercialisation entre 1994 et 2003 23
- 4.5 Offices de commercialisation individuels – Rapports de production et CAP entre 1987 et 2004 24

5.0 Annexe 30
- Annexe A : Glossaire 31

Liste des tableaux

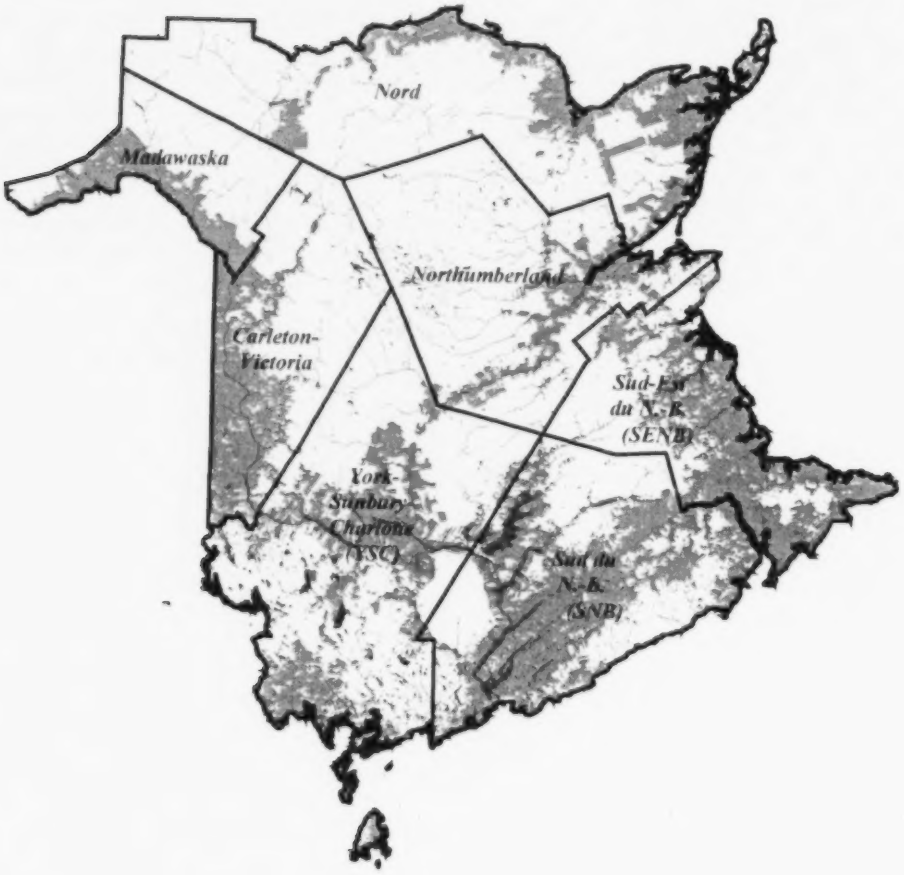
Tableau 1 : Carte des superficies couvertes par les boisés privés et les offices de commercialisation iv
Tableau 2 : Offre et demande de résineux au Nouveau-Brunswick (tableau) 7
Tableau 3 : Coupe annuelle et CAP – Boisés privés 8
Tableau 4 : Production annuelle minimale et CAP par zone couverte par l'office de commercialisation 9
Tableau 5 : Commission des produits forestiers - budget ordinaire et dépenses pour 2003-2004 12
Tableau 6 : Offices de commercialisation – Résumé financier pour 2003-2004 15
Tableau 7 : Offices de commercialisation – Résumé financier pour 2002-2003 16
Tableau 8 : Sylviculture dans les boisés privés en 2003-2004 (tableau) 18
Tableau 9 : Sylviculture dans les boisés privés entre 1994 et 2003 18
Tableau 10 : Sylviculture totale dans les boisés privés entre 1994 et 2003 19
Tableau 11 : Offices de commercialisation – Production annuelle minimale de résineux (1994-2003) 20
Tableau 12 : Offices de commercialisation – Production annuelle minimale de feuillus (1994-2003) 20
Tableau 13 : Offices de commercialisation – Rapports de production et CAP (1987-2003) pour les feuillus et les résineux 21
Tableau 14 : Offices de commercialisation des produits forestiers – Production annuelle minimale de résineux et CAP entre 1987 et 2003 21
Tableau 15 : Bois d'industrie total récolté et consommé au Nouveau-Brunswick 22
Tableau 16 : Offices de commercialisation des produits forestiers – Volume de bois d'industrie destiné aux scieries et aux usines de pâte entre 1992 et 2002 22
Tableau 17 : Offices de commercialisation des produits forestiers – Ventes de bois entre 1995 et 2003 23
Tableau 18 : Offices de commercialisation des produits forestiers – Ventes de bois entre 1995 et 2003 (tableau) 23

Offices de commercialisation individuels – Production de bois et coupe annuelle permise (CAP) 24
Tableau 19 : Office de commercialisation des produits forestiers de Carleton Victoria – Rapports de production et CAP (1987- 2003) 25
Tableau 20 : Office de commercialisation des produits forestiers du Madawaska – Rapports de production et CAP (1987-2003) 25
Tableau 21 : Office de commercialisation des produits forestiers du Nord – Rapports de production et CAP (1987- 2003) 26
Tableau 22 : Office de commercialisation des produits forestiers de Northumberland – Rapports de production et CAP (1987- 2003) 26
Tableau 23 : Office de commercialisation des produits forestiers du Sud-Est du Nouveau-Brunswick – Rapports de production et CAP (1987- 2003) 27
Tableau 24 : Office de commercialisation des produits forestiers de Sud du Nouveau-Brunswick – Rapports de production et CAP (1987- 2003) 27
Tableau 25 : Office de commercialisation des produits forestiers de York-Sunbury-Charlotte – Rapports de production et CAP (1987- 2003) 28
Tableau 26 : Offices de commercialisation des produits forestiers – Information personne-ressource 29

Tableau 1 : Carte des superficies couvertes par les boisés privés et les offices de commercialisation

Boisés privés du Nouveau-Brunswick

par office de commercialisation des produits forestiers



Mars 2005

Tableau 1 Carte des superficies couvertes par les boisés privés et les offices de commercialisation

Boisés privés du Nouveau-Brunswick

par office de commercialisation des produits forestiers

Mars 2005

1.0 Introduction

1.1 Renseignements généraux

Le territoire du Nouveau-Brunswick couvre 7,3 millions d'hectares, et sa superficie forestière « productive » totalise 5,9 millions d'hectares, soit 5 % des terres forestières productives du Canada. Le territoire forestier du Nouveau-Brunswick comprend 48 % de terres de la Couronne (terres provinciales), 1 % de terres fédérales, 21 % de tenures libres industrielles et 30 % de boisés privés.

On estime que le Nouveau-Brunswick compte 35 000 à 39 000 propriétaires de boisés privés. Ils possèdent 1,8 million d'hectares de forêt productive, et ils sont desservis par les sept offices de commercialisation des produits forestiers (voir le tableau 1).

La Commission des produits forestiers du Nouveau-Brunswick (CPFNB) est un organisme indépendant créé en 1971 pour superviser les relations commerciales de l'industrie forestière (usines de pâte et scieries), les offices de commercialisation des produits forestiers (propriétaires de boisés privés et producteurs) et le gouvernement provincial.

La Commission relève du ministre des Ressources naturelles, et elle s'est présentée pendant de nombreuses années devant le Comité des corporations de la Couronne, un comité permanent de l'Assemblée législative, pour faire état de ses activités. Comme il s'agit du premier rapport annuel écrit de la Commission, des renseignements généraux et des antécédents sont inclus pour mieux faire connaître les travaux de la Commission et la situation des offices de commercialisation qu'elle supervise.

La forêt privée comprend des boisés privés, des tenures libres industrielles et des terres privées qui représentent un total de 5 000 hectares ou plus appartenant à une personne. La Commission et les offices de commercialisation s'occupent uniquement des boisés privés qui font partie des terres forestières privées.

La Commission appuie les objectifs du ministère des Ressources naturelles, notamment :

(i) « Encourager l'aménagement des forêts situées sur des terres à bois privées, en tant que source principale d'approvisionnement en bois des établissements de transformation du bois de la province" *(Loi sur les terres et forêts de la Couronne*, paragraphe 3(2)).

(ii) « S'assurer que les terrains boisés privés constituent une source d'approvisionnement en bois compatible avec les principes (a) d'approvisionnement proportionnel, et (b) de rendement continu. » (*LTFC*, 29(7.1))

(iii) Satisfaire aux engagements établis aux niveaux provincial, national et international pour favoriser un « aménagement forestier durable » compte tenu de valeurs sociales, économiques et un environnementales, c'est-à-dire répondre à des objectifs concernant la valeur du bois sur pied et d'autres valeurs de la forêt.

1.2 Rapports annuels

La principale fonction de rapport annuel est de permettre aux ministères et organismes de rendre des comptes à l'Assemblée législative et au grand public. Il constitue un lien public important entre les objectifs et les plans d'une entité gouvernementale et les résultats obtenus. (Manuel d'administration AD-1605)

Dans la mesure du possible, les rapports annuels doivent :

(a) fournir un compte rendu précis des buts, des objectifs et des indicateurs de rendement;
(b) indiquer la mesure dans laquelle un programme est encore pertinent, le niveau de rendement de l'organisme, et le degré d'acceptation d'un programme par ses groupes clients;
(c) comprendre des renseignements sur la situation réelle et budgétaire dans une forme sommaire, des détails pour expliquer les grands écarts, et d'autres aspects du rendement financier.

Le pouvoir et les responsabilités de la Commission sont indiqués dans la *Loi sur les produits forestiers* et dans la *Loi sur les produits naturels*. Les buts et objectifs généraux sont décrits dans les sections suivantes en ce qui concerne l'organisation et les fonctions de la Commission. Les secteurs de responsabilité sont clairs, mais les buts et objectifs particuliers le sont moins. L'efficacité du rapport est limitée, car même si les superficies couvertes par les offices de commercialisation comprennent tous les boisés privés, l'activité des boisés privés n'est pas toute incluse dans le réseau des offices de commercialisation. La collecte et la diffusion de renseignements sur le réseau des offices de commercialisation fonctionnent bien, mais les renseignements sur les ventes de bois qui ne relèvent pas des offices de commercialisation ne sont pas fiables (c'est-à-dire que les données relatives aux certificats de transport sont incomplètes). Un compte rendu des activités et des réalisations de la Commission en 2003-2004 est présenté à la section 3.3 intitulée « Activités de la Commission ».

On n'a pas évalué la pertinence continue des programmes de la Commission, mais le besoin fondamental du rôle de surveillance et de conciliation est lié à la législation. La Commission joue un rôle essentiel pour le réseau des offices de commercialisation, et un rôle complémentaire pour aider le MRN à promouvoir un aménagement forestier durable dans les terres privées. On estime qu'environ la moitié des 39 000 propriétaires de boisés appuient activement les offices de commercialisation d'une manière ou d'une autre, et qu'ils appuient ainsi la Commission de façon indirecte.

Les renseignements sur la situation réelle et budgétaire de la Commission sont résumés à la section 3.5. Les rapports financiers des offices de commercialisation et certains renseignements sur les programmes sont également résumés pour indiquer la situation et la stabilité des offices ainsi que la bonne administration du réseau des offices de commercialisation.

2.0 Organisation et fonction

La Commission relève du ministre des Ressources naturelles, et elle agit comme un organisme de surveillance des relations commerciales touchant les scieries et les usines de pâte, les offices de commercialisation, les propriétaires de boisés privés, les producteurs et le gouvernement provincial. La portée de l'activité de la Commission dans l'industrie forestière se limite au secteur des boisés privés, et les produits qui relèvent de son mandat sont les produits forestiers de base, sauf le sirop d'érable et les arbres de Noël. Elle joue principalement un rôle de surveillance des activités commerciales entre les sept offices de commercialisation, les propriétaires de boisés et les transformateurs.

2.1 Historique et champ d'application

La Commission des produits forestiers du Nouveau-Brunswick (CPFNB) fut créée en 1971 en vertu de la *Loi sur les produits forestiers*, et elle relevait du ministère de l'Agriculture, des Pêches et de l'Aquaculture du Nouveau-Brunswick. En 1972, la Commission s'est associée aux propriétaires de boisés et aux producteurs de la province pour entériner les modalités référendaires nécessaires à l'établissement des offices de commercialisation des produits forestiers. En 1977, la nouvelle *Loi sur la réglementation des produits naturels* conférait à la Commission des pouvoirs semblables à ceux de la Commission de commercialisation des produits de ferme. La Commission fut transférée plus tard au ministère des Ressources naturelles et de l'Énergie (MRNE) en vertu de la *Loi modifiant la Loi sur les produits forestiers (1979)*. En 1999, la *Loi sur la commercialisation des produits de ferme* et la *Loi sur les offices locaux et les agences de commercialisation des produits de ferme*, qui conféraient à l'origine les pouvoirs de la Commission des produits forestiers et de la Commission de commercialisation des produits de ferme, ont été fusionnées pour produire la *Loi sur les produits naturels*. Il s'ensuit que le mandat de la Commission de surveiller les activités des offices de commercialisation des produits forestiers et leurs agents relève désormais de la *Loi sur les produits forestiers* et de la *Loi sur les produits naturels*.

En 1983, sept offices de commercialisation des produits forestiers et certains organismes auxiliaires avaient été créés :

a)	1961	Office de commercialisation des produits forestiers du Madawaska	(Rég. 83-221)
b)	1973	Office de commercialisation des produits forestiers du Nord (*North Shore Forestry Syndicate Inc.*)	(Rég. 83-222)
c)	1974	Office de commercialisation des produits forestiers du comté de Northumberland (*Northumberland County Woodlot Owners & Pulp Producers Association Inc.*)	(Rég. 83-223)
d)	1978	Office de commercialisation des produits forestiers de York-Sunbury-Charlotte	(Rég. 83-226)

e)	1978	Office de commercialisation des produits forestiers de Carleton-Victoria *(Carleton-Victoria Wood Producers Association)*	(Rég. 82-220)
f)	1979	Office de commercialisation des produits forestiers du Sud du Nouveau-Brunswick *(S.N.B. Wood Co-operative Ltd.)*	(Rég. 88-222)
g)	1981	Office de commercialisation des produits forestiers du Sud-Est du Nouveau-Brunswick	(Rég. 83-224)

Les sept offices de commercialisation reçoivent des pouvoirs particuliers en vertu des règlements, et la Commission doit vérifier leurs travaux compte tenu de leurs plans de commercialisation. Dans ce rôle, la Commission représente les intérêts des propriétaires de boisés privés dans leur zone réglementée.

Une des premières tâches de la Commission consistait à promouvoir l'expansion des marchés et à veiller à l'établissement de prix équitables pour les producteurs et les consommateurs de produits forestiers de base. À cette fin, la Commission a participé activement au processus de négociation. Avec le temps, l'expertise des offices s'est accrue, et la Commission avait moins besoin d'intervenir. En 1982, un règlement fut établi pour définir les critères applicables aux organismes de négociation des offices et de l'industrie, et la négociation relève désormais des offices de commercialisation individuels et des entreprises.

En vertu des pouvoirs dévolus par la *Loi sur les produits naturels*, la Commission peut :

1. faire enquête sur tout litige impliquant des producteurs, des transformateurs, des distributeurs ou des transporteurs de produits de ferme ou de tout produit forestier, et arbitrer, trancher, concilier ou régler de toute autre façon le litige en question ou un litige entre une ou plusieurs de ces catégories ou personnes;
2. faire enquête sur le coût de production, de transformation, de distribution et de transport de tout produit de ferme, ainsi que sur les prix, les écarts de prix, les pratiques commerciales, les modes de financement, la gestion, le classement, les politiques et d'autres questions concernant la commercialisation d'un produit de ferme;
3. recommander au ministre des plans de commercialisation ou la modification d'un plan;
4. imposer aux personnes s'occupant de la commercialisation ou de la production et la commercialisation d'un produit réglementé de s'inscrire auprès de la Commission ou de l'office;
5. imposer aux personnes s'occupant de la commercialisation ou de la production et la commercialisation d'un produit réglementé l'obligation de fournir au sujet de ces activités les renseignements que la Commission ou l'office détermine, et notamment de remplir et de produire des déclarations ou rapports à intervalles réguliers ou non suivant ce que décide la Commission ou l'office;
6. imposer aux personnes s'occupant de la commercialisation, de la production et la commercialisation ou de la transformation d'un produit réglementé l'obligation de fournir une garantie ou de justifier de leur solvabilité et fixer le régime d'administration et la destination des garanties pécuniaires ou autres ainsi fournies;
7. avec l'approbation du ministre de la Justice et sous réserve des modalités et conditions qu'il décrète, nommer des inspecteurs chargés d'exécuter la Loi;
8. collaborer avec un office de commercialisation, un office local, un office, une commission ou toute autre agence de commercialisation du Canada ou d'une province du Canada aux fins de la commercialisation d'un produit réglementé;
9. prendre les mesures et les arrêtés et établir les directives, non incompatibles avec un plan ou les règlements, qui sont nécessaires pour assurer l'exécution des dispositions de la Loi ou d'un plan.

En vertu des pouvoirs dévolus par la *Loi sur les produits forestiers*, la Commission peut :

1. examiner et considérer les données relatives à la production et à la vente de produits forestiers de base;
2. établir un dialogue efficace entre producteurs et consommateurs, et en arriver à un prix équitable pour les produits forestiers de base achetés;
3. faire fonction de conciliateur, le cas échéant, pour régler des litiges entre une association de producteurs et un consommateur de produits forestiers de base;
4. mener des enquêtes sur :
   a) le coût de production, de distribution et de transport;
   b) les prix, les marchés et les systèmes de classification;
   c) tout autre sujet relatif à la commercialisation de produits forestiers de base.

La Commission peut aussi faire enquête sur des plaintes concernant la commercialisation de produits forestiers de base, se renseigner sur les nouveautés en matière de récolte et de commercialisation des produits forestiers de base, et recommander au ministre l'établissement de mesures de commercialisation jugées nécessaires ou utiles.

2.2 Structure de la Commission

La structure de la Commission est décrite dans la *Loi sur les produits forestiers*, et elle comprend sept membres nommés par le lieutenant gouverneur en conseil. La Commission a pour but de fournir une représentation équitable de tous les segments du secteur forestier. De nouveaux membres de la Commission ont été nommés en juillet 2004. Les membres et représentants officiels de la Commission sont les suivants :

Bernard Valcourt	Président et membre indépendant
Maurice Pelletier	Représentant du ministère des Ressources naturelles
Clinton Kennedy	Représentant du ministère de l'Agriculture, des Pêches et de l'Aquaculture
Pamela Folkins	Représentants des producteurs – Boisés privés
Tim Fox	Représentants des producteurs – Boisés privés
Marco Martin	Représentant de l'industrie – Scieries
David Arseneault	Représentant de l'industrie – Pâtes et papiers
Linda Gould McDonald	*Directrice générale / secrétaire de la Commission*

La Commission tient des réunions mensuelles, examine diverses questions, établit des politiques, prend des décisions et confie la responsabilité de la mise en œuvre à la directrice générale. Les activités de la Commission sont administrées par la directrice générale, avec l'aide d'un adjoint administratif à temps plein et d'un adjoint administratif à temps partiel. La Commission est financée par le ministère des Ressources naturelles, et elle collabore étroitement avec le personnel administratif du Ministère. Le bureau de la Commission se trouve à la pièce 215 – Section centrale, Centre forestier Hugh John Flemming, 1350, rue Regent, Fredericton (N.-B.) E3B 5H1.

2.3 Vision et mission

La Commission entretient la vision d'un secteur des boisés privés dynamique et responsable qui soit réputé comme fournisseur de produits de qualité à des prix concurrentiels et qui favorise le maintien de la qualité des forêts et des boisés privés dans la province du Nouveau-Brunswick. La Commission cherche à créer dans l'industrie des produits forestiers réglementés un environnement qui encourage les intervenants à concentrer les efforts sur la croissance de leurs secteurs, tant des points de vue qualité que durabilité (CPF).

Dans l'exercice de sa mission, la Commission s'engage à appliquer les valeurs et principes suivants :

a) Encourager la collaboration entre tous les intervenants de l'industrie.
b) Chercher à être considérée par tous les intervenants qu'elle dessert comme un organisme impartial et juste qui appuie le développement du secteur forestier.
c) Favoriser un système de commercialisation ordonné qui permet aux producteurs d'accroître la viabilité de l'industrie forestière.
d) Exécuter le mandat établi dans la *Loi sur les produits naturels* et dans la *Loi sur les produits forestiers* dans l'intérêt commun des producteurs, des transformateurs et des consommateurs.
e) Utiliser la médiation le plus possible pour régler les litiges.
f) Promouvoir la transparence dans l'exécution de son mandat et dans le fonctionnement des sept offices de commercialisation des produits forestiers.

La Commission doit s'assurer que les offices de commercialisation fonctionnent de manière ouverte et transparente, conformément aux souhaits des producteurs et aux règlements établis en vertu de la *Loi sur les produits naturels*. La Commission doit aussi :

- faire un examen annuel du fonctionnement de chaque office de commercialisation;
- s'assurer que chaque office de commercialisation tient une assemblée annuelle des producteurs pour examiner les états financiers et les activités de l'office;

- s'assurer que les offices de commercialisation n'apportent pas de changements importants à la politique sans avoir d'abord obtenu l'approbation des producteurs.

De plus, la Commission doit :

a) promouvoir la collaboration dans l'ensemble du secteur pour tirer profit des possibilités commerciales;
b) offrir une autorité et une orientation aux groupes de producteurs qui ne font pas partie d'un office de commercialisation et qui veulent recueillir des fonds pour la recherche et la promotion;
c) fournir un processus d'audience rationnel et moins coûteux;
d) s'assurer que le développement du secteur forestier réglementé de la province est protégé et privilégié dans les réseaux de commercialisation nationaux.

2.4 Rôle et responsabilités de la Commission

La Commission est chargée de superviser la direction générale et le rendement du réseau de commercialisation réglementé au Nouveau-Brunswick. À cette fin, elle doit s'assurer que les offices de commercialisation exercent les pouvoirs qui leur sont conférés de la manière prévue. La Commission :

1. est l'organisme de surveillance chargé de superviser les activités des sept offices de commercialisation des produits forestiers réglementés,
2. assure la liaison et constitue l'organisme d'appel pour les offices de commercialisation, les propriétaires de boisés privés, le gouvernement et l'industrie;
3. contribue à régler les litiges entre les propriétaires de boisés, les offices, l'industrie, les entrepreneurs, les courtiers et autres;
4. facilite la négociation, la conciliation et l'arbitrage entre les offices et l'industrie;
5. procure des conseils d'orientation stratégique au ministre des Ressources naturelles;
6. recommande des modifications aux règlements en ce qui concerne les offices de commercialisation.

En général, les activités de la Commission s'établissent comme suit :

a) Des réunions mensuelles du conseil d'administration de la Commission.
b) Des réunions périodiques avec les conseils d'administration de chaque office de commercialisation.
c) La communication et l'explication des lois et des changements pertinents à tous les offices et à l'industrie.
d) La tenue d'enquêtes officielles au besoin.
e) La participation au règlement de plaintes faites par des propriétaires de boisés, des entrepreneurs, des camionneurs ou des courtiers.
f) La tenue d'audiences officielles pour traiter les plaintes et trancher les questions.
g) La tenue d'exposés sur la législation - cours de travailleur du bois certifié pour les offices de commercialisation.
h) La tenue d'exposés sur les rôles et responsabilités des directeurs aux offices de commercialisation.
i) L'organisation de discussions avec l'industrie sur diverses questions.
j) L'élaboration et la mise à jour d'un répertoire annuel des personnes-ressources de l'industrie.
k) La participation à l'élaboration de nouvelles lois et règlements (comme la Loi et le Règlement sur les produits naturels, et la délégation de pouvoir du gouvernement fédéral pour permettre d'appliquer des redevances sur le commerce interprovincial et d'exportation).

Des représentants de la Commission assistent à la plupart des assemblées annuelles des offices de commercialisation. De plus, des représentants de chaque office de commercialisation (habituellement le président et des gestionnaires) se rendent à Fredericton pour assister à une réunion et discuter de questions d'actualité. Sur un cycle de deux ans, la Commission visite chaque région couverte par l'office de commercialisation et tient des réunions mensuelles au local de l'office. À la même occasion, il y a une réunion du conseil d'administration et des membres de la Commission.

2.5 Tâches des offices de commercialisation

Les tâches particulières des offices de commercialisation sont établies ci-après pour bien indiquer les rapports qui existent entre la Commission et les offices. La Commission exige que chaque office de commercialisation des produits forestiers présente :

a) un rapport annuel sur le volume de bois livré à chaque transformateur de l'industrie;
b) des exemplaires des procès-verbaux de toutes les réunions de l'office et des réunions auxquelles assiste tout représentant qui agit au nom de l'office ou pour ce dernier;
c) une preuve d'assurance de cautionnement pour les signataires autorisés de l'office;
d) des états annuels vérifiés et signés de l'office et les états annuels de tout représentant qui agit au nom de l'office ou pour ce dernier;
e) une copie de tous les contrats signés qui ont été négociés par l'office;
f) une copie de l'annexe A - Formulaire de rapport sur les activités financières liées à l'aménagement des forêts (arrêté n° 2002-501);
g) les renseignements exigés concernant le système de certificat de transport.

Les offices de commercialisation sont également tenus de conserver :

a) un exemplaire signé de tous les règlements administratifs, directives, décisions et ordonnances;
b) tous les renseignements additionnels que la Commission juge nécessaire et demande occasionnellement;
c) une copie de toutes les ordonnances et décisions de l'office, afin de pouvoir les mettre à la disposition des propriétaires et des producteurs durant les heures normales d'ouverture au bureau de l'office.

La Commission tient des réunions régulières avec chacun des offices de commercialisation et tout leur conseil d'administration. Elle tient aussi au moins une réunion par année avec les représentants des sept offices de commercialisation.

3.0 Rapport annuel de la Commission

Le rapport annuel 2003-2004 présente un aperçu du réseau des offices de commercialisation et de la production dans les boisés privés, un compte rendu des activités de la Commission ces trois dernières années, et l'état financier de la Commission. Il résume également diverses données sur les finances, la sylviculture, la production et la vente de bois pour chaque office de commercialisation et pour l'ensemble des offices.

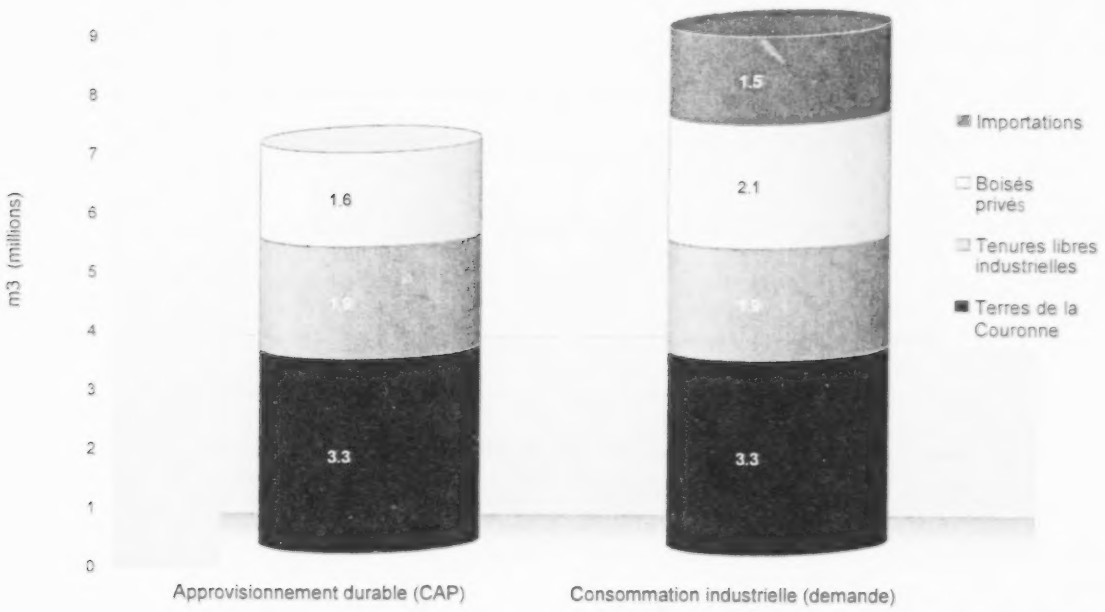
En général, les trois principaux buts de la Commission consistent à fournir un réseau commercial ordonné, à faire preuve de responsabilité et de gouvernance dans le cadre des pouvoirs législatif, et à coordonner la collecte et la diffusion de renseignements sur la production, les ventes de bois et la sylviculture qui proviennent des offices de commercialisation.

3.1 Boisés privés et système commercial

Importants enjeux actuels pour les boisés privés et le réseau des offices de commercialisation :

- La récolte excédentaire de résineux sur les terres privées.
- La durabilité de l'environnement et la certification.
- La « principale source d'approvisionnement ».
- Le respect des modalités de rapport concernant le certificat de transport, et les redevances à l'exportation.
- La mise à jour de l'information sur la coupe annuelle permise (CAP) dans les boisés privés.
- L'accès au marché et le conflit du bois d'œuvre de résineux.

Tableau 2 : Offre et demande de résineux au Nouveau-Brunswick



Source : D'après le Comité spécial de l'approvisionnement en bois – Rapport final sur l'approvisionnement en bois au Nouveau-Brunswick, p.8 Septembre 2004 (données du MRN sur l'utilisation du bois)

Selon les données du MRN sur l'utilisation du bois indiquées ci-dessus, il appert que la coupe annuelle de résineux dans les boisés privés dépasse la CAP d'environ 31 % (soit de 0,5 million de mètres cubes), même sans tenir compte de toutes les ventes interprovinciales et d'exportation. De plus, des indications montrent que la consommation et la capacité industrielles au

3.0 Rapport annuel de la Commission

Le rapport annuel 2003-2004 présente un aperçu du réseau des offices de commercialisation et de la production dans les boisés privés, un compte rendu des activités de la Commission ces trois dernières années, et l'état financier de la Commission. Il résume également diverses données sur les finances, la sylviculture, la production et la vente de bois pour chaque office de commercialisation et pour l'ensemble des offices.

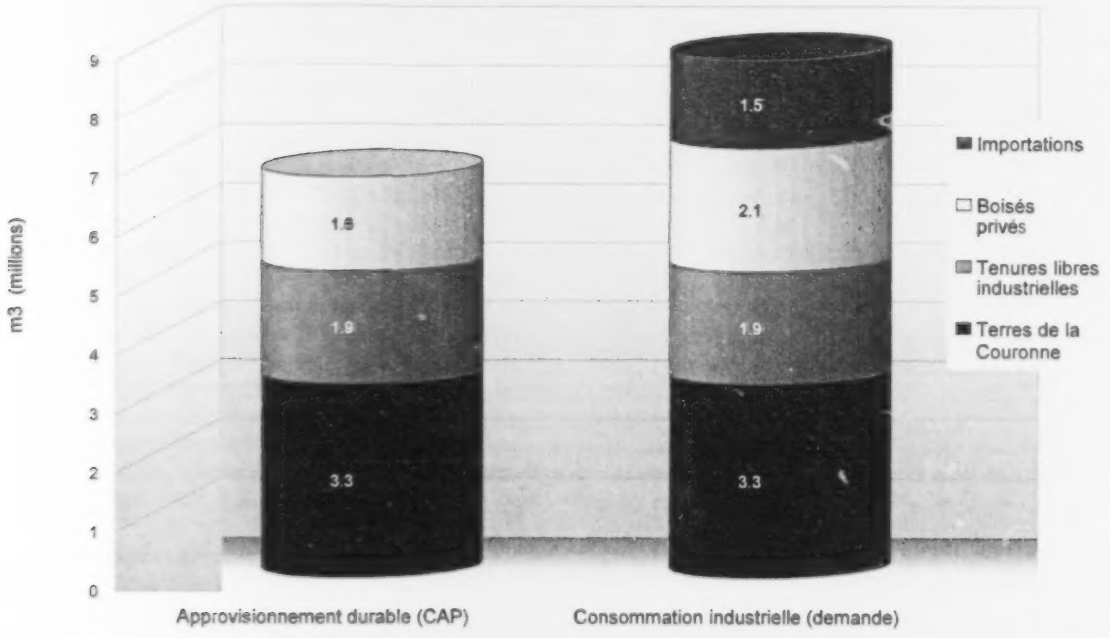
En général, les trois principaux buts de la Commission consistent à fournir un réseau commercial ordonné, à faire preuve de responsabilité et de gouvernance dans le cadre des pouvoirs législatif, et à coordonner la collecte et la diffusion de renseignements sur la production, les ventes de bois et la sylviculture qui proviennent des offices de commercialisation.

3.1 Boisés privés et système commercial

Importants enjeux actuels pour les boisés privés et le réseau des offices de commercialisation :

- La récolte excédentaire de résineux sur les terres privées.
- La durabilité de l'environnement et la certification.
- La « principale source d'approvisionnement ».
- Le respect des modalités de rapport concernant le certificat de transport, et les redevances à l'exportation.
- La mise à jour de l'information sur la coupe annuelle permise (CAP) dans les boisés privés.
- L'accès au marché et le conflit du bois d'œuvre de résineux.

Tableau 2 : Offre et demande de résineux au Nouveau-Brunswick



Source : D'après le Comité spécial de l'approvisionnement en bois – Rapport final sur l'approvisionnement en bois au Nouveau-Brunswick, p.8 Septembre 2004 (données du MRN sur l'utilisation du bois)

Selon les données du MRN sur l'utilisation du bois indiquées ci-dessus, il appert que la coupe annuelle de résineux dans les boisés privés dépasse la CAP d'environ 31 % (soit de 0,5 million de mètres cubes), même sans tenir compte de toutes les ventes interprovinciales et d'exportation. De plus, des indications montrent que la consommation et la capacité industrielles au

Nouveau-Brunswick dépassent l'approvisionnement durable de résineux en provenance de sources provinciales, car le Nouveau-Brunswick est un net importateur de bois.

3.2 État du réseau des offices de commercialisation

En 2003-2004, les offices de commercialisation des produits forestiers du Nouveau-Brunswick détenaient un actif combiné de 9,8 millions de dollars et un passif de 2,9 millions de dollars. La valeur des ventes de bois faites par l'entremise des offices de commercialisation s'établissait à 91,2 millions de dollars. La production annuelle minimale (bois récolté dans les boisés et vendu par l'entremise des offices de commercialisation) totalisait 1,6 million de mètres cubes de résineux et 0,9 million de mètres cubes de feuillus. Les données sur les ventes de bois et la production sont recueillies au moyen de deux méthodes distinctes, et il ne convient pas de réunir les deux méthodes.

On estime que les ventes de bois provenant de boisés privés et relevant de l'office de commercialisation du Madawaska s'élèvent à 10 millions de dollars. De ce montant, des ventes de 4,6 millions sont faites par l'entremise de l'office de commercialisation (paiements versés à l'office); des ventes de 5,4 millions (54 % des ventes totales) sont payées directement aux producteurs, et seules les redevances sont versées à l'office.

Ces dix dernières années, la proportion de bois provenant des boisés et destiné aux scieries du Nouveau-Brunswick a augmenté, et le volume de bois destiné aux usines de pâte a diminué dans une proportion correspondante (voir le tableau 16).

En 2003-2004, le programme du gouvernement du Nouveau-Brunswick pour la sylviculture dans les terres privées a injecté huit millions de dollars et permis de traiter 12 941 hectares de boisés privés. Les propriétaires de boisés contribuent pour environ 20 % du coût total des travaux sylvicoles. Les traitements comprennent l'éclaircie précommerciale, l'aménagement des lieux, les soins sylvicoles et la plantation d'arbres. L'office de commercialisation participe à l'administration et l'exécution du programme de sylviculture, et la Commission supervise l'information financière et l'administration des offices de commercialisation.

La vérification de la coupe ou la production annuelle dans les boisés privés est faite au moyen de trois bordereaux intitulés Production annuelle minimale (PAM), Utilisation du bois (UB) et Certificat de transport (CT). Chaque bordereau est recueilli séparément, mais le lien général entre les renseignements est indiqué ci-après.

Tableau 3 : Coupe annuelle et CAP (boisés privés)

Coupe annuelle dans les boisés privés / Type de bordereau	Ventes par les offices de commercialisation aux usines du N.-B.	Plus les ventes par d'autres fournisseurs aux usines du N.-B.	Plus les ventes aux clients interprovinciaux et internationaux	Production de résineux (millions m3)	Production de feuillus (millions m3)
PAM - Production annuelle minimale *(données recueillies par la Commission)*	✓	-	-	1,6	0,9
UB - Utilisation du bois * *(données recueillies par le MRN)*	✓	✓	-	2,1	1,6
CT - Certificat de transport *(données recueillies par la Commission)*	✓	✓	✓	Données incomplètes	Données incomplètes
CAP - Coupe annuelle permise dans les boisés privés *(millions m3)*	✓	✓	✓	***1.6***	***1.5***

** Note : Les valeurs relatives à l'utilisation du bois concernent le bois d'industrie récolté dans les boisés privés du Nouveau-Brunswick et utilisé dans les usines du Nouveau-Brunswick. Les bordereaux sont recueillis aux usines du Nouveau-Brunswick et compilés par le MRN. Les données comprennent les inventaires des usines, et on ne peut donc pas les comparer directement aux données sur la production annuelle minimale. Les ventes interprovinciales et d'exportation ne font pas partie des données sur l'utilisation du bois, mais elles devraient être incluses dans les bordereaux des certificats de transport. Le certificat de transport devrait inclure tout le bois transporté, y compris le bois vendu à*

l'intérieur et à l'extérieur du réseau des offices de commercialisation. Les données sur le certificat de transport comportent des problèmes de conformité et de fiabilité, et elles sont donc considérées comme incomplètes.

La production annuelle minimale de résineux (vendue par l'entremise des offices de commercialisation) dépassait la coupe annuelle permise (CAP) de 55 % pour le Madawaska, de 25 % pour le comté de Northumberland, de 13 % pour le SENB et de 4% pour le SNB. La production totale de résineux (pour tous les offices) indiquée par le système de coupe annuelle minimale se situe juste au-dessous de la CAP pour les zones réglementées. Le Madawaska a aussi dépassé la CAP de 37 %. Comme la coupe annuelle permise s'applique à toute la région couverte par les offices de commercialisation et que les propriétaires de boisés peuvent décider de vendre à l'extérieur de la zone couverte par les offices de commercialisation, les valeurs relatives à la production totale pour les zones sont considérées comme sous-déclarées. Les CAP actuelles ont été établies en 1992, et elles sont actuellement mises à jour. Les valeurs relatives sur la production moyenne de dix ans pour les résineux indiquent une tendance semblable, mais la production déclarée pour l'ensemble des offices correspond beaucoup à la CAP.

Les exportations de bois provenant des boisés privés sont particulièrement préoccupantes, puisqu'elles modifient l'approvisionnement de bois provincial et l'aménagement forestier durable. Le système de certificat de transport adopté il y a deux ans avait pour but de repérer les ventes faites à l'extérieur des offices de commercialisation, mais les données communiquées sont jugées incomplètes. Avec l'amélioration du système de rapport par le certificat de transport, on connaîtra mieux la récolte de bois provenant des boisés privés. Les offices de commercialisation ont fixé des redevances concernant les ventes provinciales et l'exportation afin de recueillir des fonds pour l'administration et l'aménagement forestier; les redevances liées à l'exportation aideront aussi à déterminer le volume des boisés privés qui est exporté.

Tableau 4 : Production annuelle minimale et CAP par office de commercialisation (2003-2004)

2003-2004	Carleton-Victoria	Mada-waska	Nord	Northum-berland	SENB	SNB	YSC	Tous les offices
CAP de résineux (milliers m3)	**140**	**80**	**255**	**159**	**293**	**365**	**310**	**1602**
PAM de résineux (milliers m3)	95	124	216	199	332	381	240	1587
Volume inférieur/supérieur à la CAP	*-45*	*44*	*-39*	*40*	*39*	*16*	*-70*	*-15*
% du volume inférieur/supérieur à la CAP	-32%	55%	-15%	25%	13%	4%	-23%	-1%
CAP de feuillus (milliers m3)	**220**	**93**	**229**	**77**	**208**	**356**	**283**	**1466**
PAM de feuillus (milliers m3)	138	127	181	38	80	191	154	909
Volume inférieur/supérieur à la CAP	*-82*	*34*	*-48*	*-39*	*-128*	*-165*	*-129*	*-557*
% du volume inférieur/supérieur à la CAP	-37%	37%	-21%	-51%	-62%	-46%	-46%	-38%

Les zones ombrées indiquent le volume de production annuelle minimale (PAM) supérieur à la CAP.

Note : La production annuelle minimale (PAM) représente le volume de bois des boisés privés qui est vendu par l'entremise des offices de commercialisation. La PAM ne comprend pas le bois vendu directement aux entrepreneurs dans une zone réglementée par l'office local, ni le bois exporté à l'extérieur de la province. De plus, il ne comprend pas le volume de bois vendu aux « petites » scieries et aux marchés résidentiels. Par conséquent, les valeurs relatives à la PAM sous-indiquent le volume de bois récolté dans les zones couvertes par les offices de commercialisation. Toutefois, la CAP est fondée sur l'inventaire forestier des boisés privés pour toute la zone couverte par les offices de commercialisation. Les renseignements sur la production et la CAP sont un élément essentiel pour surveiller et déterminer le rendement durable et l'aménagement forestier durable dans les terres privées. Le réseau des offices de commercialisation fonctionne bien, mais il faut améliorer le contrôle général et le relevé de la récolte dans les boisés privés.

3.3 Activités de la Commission en 2003-2004

Les activités de la Commission durant l'année financière 2003-2004 comprennent la collecte de données, la vérification et la communication de rapports, l'établissement de redevances et la législation, le règlement de litiges, la tenue d'enquêtes, les réunions avec les offices de commercialisation et la prestation de formation.

(a) ***Collecte de données*** : La Commission a recueilli des renseignements auprès des offices de commercialisation en ce qui concerne :

- La production annuelle minimale (le bois provenant des boisés qui est récolté et vendu par l'entremise des offices).
- Les ventes de bois par l'entremise des offices de commercialisation.
- Les certificats de transport (qui permettent de relever tout le bois provenant des boisés qui est transporté par route, y compris celui qui est vendu sans l'intervention des offices). La collecte de données avec le certificat de transport a débuté en 2002.
- Diverses questions financières comme celles relatives au programme de sylviculture.

(b) ***Vérification et communication de rapports*** : On a recueilli, normalisé et évalué des données sur la production, sur les ventes de bois par l'entremise des offices et sur la situation financière, afin d'établir des rapports et de faire des demandes de renseignements. La Commission est le « chien de garde » pour le système de commercialisation; elle surveille les activités des offices pour s'assurer qu'ils agissent dans l'intérêt des propriétaires de boisés privés, qu'ils sont financièrement responsables, qu'ils offrent un système de commercialisation ordonné et qu'ils fonctionnent en respectant les lois (gouvernance).

(c) ***Redevances et législation*** : Les offices de commercialisation sont autorisés à établir et recueillir des redevances (comme les redevances pour l'administration et l'aménagement forestier) pour tout le bois récolté dans les boisés privés de la zone commerciale désignée. La Commission supervise l'établissement d'ordonnances de prélèvement de redevances en vertu des lois et règlements fédéraux et provinciaux, et elle approuve l'adoption des redevances. En septembre 2003, la zone commerciale du Madawaska a été ajoutée à l'ordonnance de prélèvement de redevances pour le commerce interprovincial et d'exportation (modification au décret 2000-228, *Loi sur la commercialisation des produits agricoles* du gouvernement fédéral). Les redevances s'appliquent au bois vendu par l'entremise de l'office de commercialisation et sans l'intervention de l'office de commercialisation (ventes directes), ainsi qu'aux ventes provinciales, interprovinciales et internationales.

(d) ***Conciliation, appels et enquêtes*** : La Commission :

- a offert des services de conciliation pour l'affaire concernant Fawcett Lumber et l'office de commercialisation du Sud du Nouveau-Brunswick;
- a entendu trois appels dans la région de Miramichi (office du comté de Northumberland);
- a mené une enquête : comté de Northumberland (Miramichi) entre mai et septembre 2003.

(e) ***Réunions de la Commission*** : La Commission a tenu huit réunions régulières. Une représentante de la Commission (Linda Gould McDonald, directrice générale) a assisté aux assemblées générales annuelles de six offices de commercialisation. La Commission a aussi tenu une réunion avec tout le conseil d'administration du comté de Northumberland en septembre 2003. Elle a tenu une réunion avec les représentants de tous les offices en novembre 2003. La Commission a présenté un rapport le 25 septembre 2003 au Comité des corporations de la Couronne, un comité permanent de l'Assemblée législative du Nouveau-Brunswick.

(f) ***Formation et projets spéciaux*** : La Commission a fait des présentations aux directeurs de trois offices en ce qui concerne les rôles et responsabilités des directeurs des offices. Des représentants de la Commission ont aussi participé à la Coalition contre le vol de bois et les actes d'intrusion et siégé au comité du vol de bois de Sussex, et elle a offert une séance d'information aux procureurs de la Couronne.

3.4 Faits saillants des années précédentes

2002-2003

a) La Commission a tenu des réunions avec les représentants des sept offices en mai 2002; elle a tenu dix réunions régulières.
b) Un représentant de la Commission a assisté aux assemblées générales annuelles de six offices.
c) La Commission a agi comme observateur dans les négociations entre le SNB et Fawcett Lumber.
d) Elle a mené une enquête concernant ROJAC et les offices de commercialisation du Nord et du comté de Northumberland.
e) Elle a examiné des mesures législatives pour le compte du ministre des Ressources naturelles (juillet 2002), et elle a débuté le contrôle avec les certificats de transport.
f) Elle a élaboré un protocole de vérification pour les fonds relatifs à la sylviculture – Un formulaire de rapport normalisé a été adopté en juillet 2002.
g) Elle a coprésidé la visite d'un groupe d'étude européen; elle a participé au comité d'étude de marché de l'UNB; elle a participé au conseil du groupe des produits du bois.

2001-2002

a) La Commission a tenu une réunion avec tout le conseil d'administration de l'office de commercialisation du Nord; elle a tenu dix réunions régulières.
b) Un représentant de la Commission a assisté aux assemblées générales annuelles de cinq offices.
c) La Commission a tenu une audience à Sussex et deux séances de conciliation concernant le comté de Northumberland et la UMP Kymmene & Weyerhaeuser.
d) Elle a réalisé une inspection concernant ROJAC Enterprises Ltée et les offices de commercialisation du Nord et du comté de Northumberland.
e) Elle a fait partie du groupe de travail sur l'analyse de la législation concernant les actes d'intrusion (novembre 2001 – janvier 2002)
f) Elle a fait une présentation sur les rôles et responsabilités des directeurs à l'office de commercialisation du SENB (juillet 2001); elle a conseillé le comité du SENB sur la « charte de l'office » (octobre 2001 - mai 2002).
g) Elle a fait une présentation au Comité du sénat en février 2002.
h) Elle a participé à la Coalition contre le vol de bois et les actes d'intrusion et siégé au comité du vol de bois de Sussex; elle a organisé un atelier de trois jours sur le vol de bois et les actes d'intrusion à l'intention de la GRC.

3.5 État financier de la Commission

Tableau 5 : Commission des produits forestiers – Budget ordinaire et dépenses pour 2003-2004

Commission des produits forestiers - ÉTAT DES DÉPENSES
pour l'année se terminant le 31 mars 2004

	Budget pour 2003-2004	Budget ordinaire pour 2003-2004	*Écart budgétaire*	Budget ordinaire pour 2002-2003	Budget ordinaire pour 2001-2002
Administration					
Feuille de paye courante et avantages sociaux	122 000	120 155	*1 845*	113 995	92 944
Frais de déplacement - administration	10 100	6 072	*4 028*	5 538	1 554
Loyer et dépenses de fonctionnement	24 600	23 933	*667*	29 110	25 692
Équipement informatique et logiciels	0	2 757	*(2 757)*	3 383	8 212
Sous-total - administration	156 700	152 917	*3 783*	152 026	128 402
Dépenses des membres					
Indemnité quotidienne des membres	29 700	31 633	*(1 933)*	27 716	30 724
Frais de déplacement des membres	7 300	8 651	*(1 351)*	8 923	14 855
Dépenses pour les réunions	2 800	642	*2 158*	2 354	605
Sous-total - membres	39 800	40 926	*(1 126)*	41 076	46 184
Dépenses d'inspection					
Offices de commercialisation	0	0	*0*	0	285
Conciliation (déplacement, hébergement)	500	1 505	*(1 005)*	0	0
Audiences (déplacement, hébergement)	0	664	*(664)*	0	915
Inspection	0	764	*(764)*	656	0
Coalition contre le vol de bois	0	0	*0*	0	5 724
Sous-total - inspection	500	2 933	*(2 433)*	656	6 924
Total	197 000 $	196 776 $	*224 $*	191 675 $	181 510 $

Notes relatives à l'état financier

1. **But de l'organisme**

   Les pouvoirs de la Commission sont établis en vertu de la *Loi sur les produits forestiers* et de la *Loi sur les produits naturels* du Nouveau-Brunswick. La Commission a pour tâche d'encourager et de faciliter l'expansion des marchés et de veiller à l'établissement de prix équitables pour les producteurs et les consommateurs de produits forestiers de base achetés. Le but et l'esprit de la *Loi sur les produits naturels* relativement à la Commission consistent à s'occuper de « l'aménagement, la préservation et la gestion des ressources forestières dans les terrains boisés privés de la province ». La Commission supervise les offices de commercialisation et les organismes connexes qui sont établis pour contrôler et réglementer la commercialisation des produits forestiers de base. Cette tâche concerne notamment diverses questions financières et règlementaires, la négociation, la conciliation et l'arbitrage, la tenue d'enquêtes et la prestation de conseils et de rapports au ministre des Ressources naturelles.

2. **Absence de bilan**

   Aucun bilan n'a été établi puisque la Commission tire directement son financement du MRN conformément à un budget accepté, et le MRN est son unique source de revenu. La Commission ne reçoit pas les fonds sous forme de subvention, car elle relève directement du budget du MRN et obtient un soutien administratif du Ministère.

3. **Importantes conventions comptables**

   La Commission a l'habitude de débiter tous les achats d'immobilisations aux dépenses de l'année pendant laquelle les frais sont engagés. La Commission est une personne morale aux yeux du Bureau du vérificateur général. Toutefois, son unique source de revenu est le ministère des Ressources naturelles (MRN), et ses dépenses sont incluses dans le budget du MRN et administrées par ce budget. Les dépenses de la Commission sont également incluses dans le rapport annuel et les états financiers du MRN.

4. **Dépenses non incluses dans ces états financiers**

   Le ministère des Ressources naturelles assume la responsabilité des frais d'administration financière et des frais connexes de la Commission.

5. **Indemnité et frais de déplacement**

   Le président de la Commission reçoit une rémunération de 25 000 $ par année. Les six autres membres de la Commission assistent aux réunions mensuelles et reçoivent une indemnité journalière (100 $ par jour) fixée par un décret du lieutenant gouverneur en conseil. Le remboursement des frais de déplacement est conforme aux lignes directrices du gouvernement provincial à ce sujet.

6. **Paiement redressé en 2003-2004**

   Un paiement de 2 083 $ (indemnité quotidienne des membres) était en retard en 2002-2003; il a été versé en 2003-2004.

7. **Sources des données financières**

   Les données financières proviennent de la Commission des produits forestiers et du ministère des Ressources naturelles.

4.0 Offices de commercialisation – Rapports sommaires

La section suivante renferme des données et des tableaux qui résument la situation concernant les finances, la sylviculture, la récolte et les ventes de bois pour l'ensemble des offices de commercialisation et pour chaque office. Les tendances générales sont indiquées dans les tableaux pour la période de 1994 à 2003.

Tableau 6 : Offices de commercialisation – Résumé financier pour 2003-2004

Année 2003-2004	Carleton-Victoria	Madawaska	Nord	Northumber-land	SENB	SNB	YSC	Tous les offices
Bilan								
Actif								
Actif à court terme	630 827	590 722	3 454 249	825 182	747 185	611 894	1 437 660	8 297 719
Investissements		224 900	116 995					341 895
Immobilisations et équipement	174 724	21 496	481 241	11 042	112 689		106 161	907 353
Fonds affectés	212 718							212 718
Total - actif	1 018 269	837 118	4 052 485	836 224	859 874	611 894	1 543 821	9 759 685
Passif								
Passif à court terme	571 974	26 911	664 039	502 292	207 362	90 167	300 470	2 363 215
Passif à long terme	286 278		275 000					561 278
Total - passif	858 252	26 911	939 039	502 292	207 362	90 167	300 470	2 924 493
Capitaux propres								
Surplus d'apport			105 525					105 525
Bénéfices non répartis	160 017	810 207	3 007 921	333 932	652 512	521 727	1 243 351	6 729 667
Total – passif et capitaux propres	1 018 269	837 118	4 052 485	83 224	859 874	611 894	1 543 821	9 759 685
Clôture de l'exercice	*31 déc.*	*31 mars*	*31 déc.*	*31 mars*	*31 mars*	*31 mars*	*31 mars*	
Résultats								
Recettes								
Part des ventes de bois par l'office (%)	*13 %*	*5 %*	*13 %*	*11 %*	*12 %*	*26 %*	*21 %*	*100 %*
Ventes de bois par l'entremise de l'office	**11 891 675**	**4 582 828**	**11 416 285**	**10 215 048**	**10 682 789**	**23 453 374**	**19 000 926**	**91 242 925**
Moins le coût du bois acheté	(11 892 525)	(4 479 684)	(11 075 746)	(9 983 330)	(10 694 567)	(23 053 997)	(18 778 883)	(89 959 732)
Ventes nettes	(850)	103 144	350 539	231 718	(11 778)	399 377	222 043	1 284 193
Droits, redevances et autres recettes	248 144	120 869	623 084	73 964	515 183	2 491 319	1 898 044	5 970 607
Recettes nettes	247 294	224 013	963 623	305 682	503 405	2 491 319	2 120 087	6 855 423
Dépenses	262 704	199 720	599 636	309 191	421 745	*Note 2 250 623	2 135 807	6 179 426
Revenu net (perte)	(15 410)	24 293	363 987	(3 509)	81 660	240 696	(15 720)	675 997

Note : Les recettes nettes et le revenu net pour le SNB ne comprennent pas les ventes nettes.

Sylviculture dans les terres privées en 2003-2004								
Contribution du GNB (80 % des coûts plus le financement administratif)	826 619	849 971	1 229 410	750 926	1 336 226	1 647 532	1 339 131	7 979 815
Superficie traitée (ha)	*1 261*	*1 413*	*2 832*	*1 106*	*1 760*	*2 860*	*1 709*	*12 941*
Ratio (montant du GNB par hectare)	*656 $*	*602 $*	*434 $*	*679 $*	*759 $*	*576 $*	*784 $*	*617 $*
Superficie de forêt productive	*179 600*	*109 700*	*280 800*	*137 700*	*304 048*	*436 578*	*361 200*	*1 809 626*
Nombre de propriétaires de boisés (estimatif)	*3 547*	*2 213*	*7 126*	*3 964*	*8 065*	*8 263*	*6 633*	*39 811*
Proportion des propriétaires de boisés (%)	*9 %*	*6 %*	*18 %*	*10 %*	*20 %*	*21 %*	*17 %*	*100 %*
Proportion du financement du GNB pour le financement de la sylviculture	*10 %*	*11 %*	*15 %*	*9 %*	*17 %*	*21 %*	*17 %*	*100 %*
Proportion de la surface traitée (%)	*10 %*	*11 %*	*22 %*	*9 %*	*14 %*	*22 %*	*13 %*	*100 %*
Proportion de la forêt productive (%)	*10 %*	*6 %*	*16 %*	*8 %*	*17 %*	*24 %*	*20 %*	*100 %*
Rapports de production pour 2003-2004								
CAP de résineux (milliers m3)	***140***	***80***	***255***	***159***	***293***	***365***	***310***	***1 602***
PAM de résineux (milliers m3)	*95*	*124*	*216*	*199*	*332*	*381*	*240*	*1 587*
CT - résineux (milliers m3)	*102*	*95*	*405*	*138*	*302*	*264*	*381*	*1 687*
CAP de feuillus (milliers m3)	***220***	***93***	***229***	***77***	***208***	***356***	***283***	***1 466***
PAM de feuillus (milliers m3)	*138*	*127*	*181*	*38*	*80*	*191*	*154*	*909*
CT - résineux (milliers m3)	*168*	*127*	*76*	*30*	*102*	*153*	*197*	*853*
Total - PAM (milliers m3)	*233*	*251*	*397*	*237*	*412*	*572*	*394*	*2 496*
Total - CT (milliers m3)	*270*	*222*	*481*	*168*	*404*	*417*	*578*	*2 540*

Note : Les cases ombrées indiquent la CAP excédentaire.

GNB - Gouvernement du Nouveau-Brunswick **CAP** – Coupe annuelle permise (d'après les données de 1992)

PAM – Production annuelle minimale – bois provenant de boisés privés qui est vendu par l'entremise d'un des offices de commercialisation.

CT – Certificat de transport – volume de bois provenant des boisés privés qui est transporté sur les routes du Nouveau-Brunswick.

Tableau 7 : Offices de commercialisation – Résumé financier pour 2002-2003

Année 2002-2003	Carleton-Victoria	Madawaska	Nord	Northumber-land	SENB	SNB	YSC	Tous les offices
Bilan								
Actif								
Actif à court terme	696 126	539 323	3 167 649	493 719	682 631	258 203	1 438 934	7 276 585
Investissements		245 000	116 590			5	222 043	361 595
Immobilisations et équipement	159 964	21 017	388 631	15 741	136 692		103 802	825 847
Fonds affectés	222 651							222 651
Total – actif	1 078 741	805 340	3 672 870	509 460	819 323	258 208	1 542 736	8 686 678
Passif								
Passif à court terme	596 000	19 426	598 411	172 019	248 471	24 360	283 635	1 942 322
Passif à long terme	307 314		325 000				22 853	655 167
Total - passif	903 314	19 426	923 411	172 019	248 635	24 360	283 635	2 574 636
Capitaux propres								
Surplus d'apport			105 525					105 525
Bénéfices non répartis	175 427	785 914	2 643 934	337 441	570 852	233 848	1 259 101	6 006 517
Total – passif et capitaux propres	1 078 741	805 340	3 672 870	509 460	819 323	258 208	1 542 736	8 686 678
Clôture de l'exercice	*31 déc.*	*31 mars*	*31 déc.*	*31 mars*	*31 mars*	*28 fév.*	*31 mars*	
Résultats								
Recettes								
Part des ventes de bois par l'office (%)	**14 %**	**5 %**	**12 %**	**11 %**	**13 %**	**23 %**	**23 %**	**100 %**
Ventes de bois par l'entremise de l'office	**12 331 430**	**4 007 292**	**10 361 954**	**9 728 785**	**11 742 769**	**20 108 017**	**20 684 928**	**88 692 713**
Moins le coût du bois acheté	(12 295 630)	(3 917 951)	(10 054 028)	(9 506 508)	(11 745 646)	(19 763 147)	(20 301 505)	(87 584 415)
Ventes nettes	35 800	89 341	307 926	222 277	(2 877)	344 870	383 423	1 380 760
Droits, redevances et autres recettes	248 562	134 239	510 764	97 922	529 663	2 441 073	2 280 434	6 242 657
Recettes nettes	284 362	223 580	818 690	320 199	526 786	2 441 073	2 663 857	7 278 547
						* Note		
Dépenses	261 963	149 022	626 502	309 862	424 828	2 259 881	2 532 877	6 564 935
Revenu net (perte)	22 399	74 558	192 188	10 337	101 958	181 192	130 980	713 612

Note : Les recettes nettes et le revenu net pour le SNB ne comprennent pas les ventes nettes.

Sylviculture dans les terres privées en 2002-2003

Contribution du GNB (80 % des coûts plus le financement administratif)	799 182	871 738	1 249 382	746 556	1 290 216	1 669 765	1 352 526	7 979 365
Superficie traitée (ha)	*1 242*	*1 429*	*2 752*	*1 126*	*1 775*	*2 697*	*1 814*	*12 835*
Ratio (montant du GNB par hectare)	*643 $*	*610 $*	*454 $*	*663 $*	*727 $*	*619 $*	*746 $*	*622 $*
Superficie de forêt productive	*179 600*	*109 700*	*280 800*	*137 700*	*304 048*	*436 578*	*361 200*	*1 809 626*
Nombre de propriétaires de boisés (estimatif)	*3 547*	*2,213*	*7 126*	*3 964*	*8 065*	*8 263*	*6 633*	*39 811*
Proportion des propriétaires de boisés (%)	*9 %*	*6 %*	*18 %*	*10 %*	*20 %*	*21 %*	*17 %*	*100 %*
Proportion du financement du GNB pour le financement de la sylviculture	*10 %*	*11 %*	*16 %*	*9 %*	*16 %*	*21 %*	*17 %*	*100 %*
Proportion de la surface traitée (%)	*10 %*	*11 %*	*21 %*	*9 %*	*14 %*	*21 %*	*14 %*	*100 %*
Proportion de la forêt productive (%)	*10 %*	*6 %*	*16 %*	*8 %*	*17 %*	*24 %*	*20 %*	*100 %*

Rapports de production pour 2002-2003

CAP de résineux (milliers m3)	**140**	**60**	**255**	**159**	**293**	**365**	**310**	**1 602**
PAM de résineux (milliers m3)	*87*	*114*	*282*	*137*	*293*	*338*	*224*	*1 475*
CT - résineux (milliers m3)	*122*	*85*	*483*	*305*	*293*	*278*	*511*	*2 077*
CAP de feuillus (milliers m3)	**220**	**93**	**229**	**77**	**208**	**356**	**283**	**1 466**
PAM de feuillus (milliers m3)	*122*	*86*	*139*	*37*	*106*	*124*	*106*	*720*
CT - résineux (milliers m3)	*148*	*238*	*285*	*161*	*106*	*83*	*162*	*1 183*
Total - PAM (milliers m3)	*209*	*200*	*421*	*174*	*399*	*462*	*330*	*2 195*
Total - CT (milliers m3)	*270*	*323*	*768*	*466*	*399*	*361*	*673*	*3 260*

Les cases ombrées indiquent la CAP excédentaire.

GNB - Gouvernement du Nouveau-Brunswick **CAP** – Coupe annuelle permise (d'après les données de 1992)

PAM – Production annuelle minimale – bois provenant de boisés privés qui est vendu par l'entremise d'un des offices de commercialisation.

CT – Certificat de transport – volume de bois provenant des boisés privés qui est transporté sur les routes du Nouveau-Brunswick.

Notes pour les résumés financiers de 2002-2003 et 2003-2004

1. **États financiers non consolidés**

   Les renseignements sur le bilan et les résultats proviennent des états financiers non consolidés des offices de commercialisation des produits forestiers individuels (c'est-à-dire que les états des offices n'ont pas été fusionnés aux états des agents (coopératives).

2. **Divergence dans les conventions comptables**

   Malgré les efforts consacrés à la normalisation des comptes rendus, il existe des divergences dans les conventions comptables et des contradictions dans les formes de rapport. Les ventes de bois par l'entremise des offices de commercialisation sont indiquées de façon volontaire (les propriétaires de boisés peuvent vendre directement aux usines ou exporter leurs produits). De nombreux offices effectuent les ventes de bois par l'entremise d'agents (coopératives), et les ventes de bois sont indiquées dans les états de l'office ou dans les notes financières qui accompagnent les états de l'office.

3. **Note pour l'office de commercialisation des produits forestiers du Sud du Nouveau-Brunswick (SNB)**

   Les ventes de bois nettes pour le SNB ne sont pas incluses dans les états de l'office; elles sont indiquées dans les états de la coopérative du SNB. De plus, en 2002-2003, le SNB a indiqué un déficit de 516 416 $ dans le fonds pour l'aménagement forestier.

4. **Note pour l'office de commercialisation des produits forestiers du Madawaska**

   Les ventes de bois du Madawaska faites par l'entremise de l'office de commercialisation s'élèvent à environ 4,6 millions de dollars, mais les ventes de bois totales provenant des boisés de la région s'élèvent à environ 10 millions. (Environ 54 % des ventes contractuelles de l'office sont payées directement aux producteurs par l'acheteur, et seules les redevances sont versées à l'office).

5. **Sources d'information**

   L'information financière provient de la Commission des produits forestiers et du ministère des Ressources naturelles. L'information sur la sylviculture provient du ministère des Ressources naturelles. Les données sur les rapports de production proviennent de la Commission. Les CAP applicables ont été établies en 1992, et l'on procède actuellement à l'adoption de nouvelles CAP. Les rapports sur la PAM et le CT sont recueillis par l'entremise des offices et de commercialisation, et ils sont normalisés et consolidés par la Commission. Les rapports sur la PAM ne comprennent pas toute la production des boisés qui est vendue sans l'intervention des offices de commercialisation (c'est-à-dire les ventes directes faites aux usines et les exportations à l'extérieur de la province). Les rapports relatifs au certificat de transport ont été adoptés en 2002; on s'emploie à perfectionner le système pour éliminer les lacunes concernant la conformité et l'intégralité des données.

4.2 Sylviculture dans les boisés privés entre 1994 et 2003

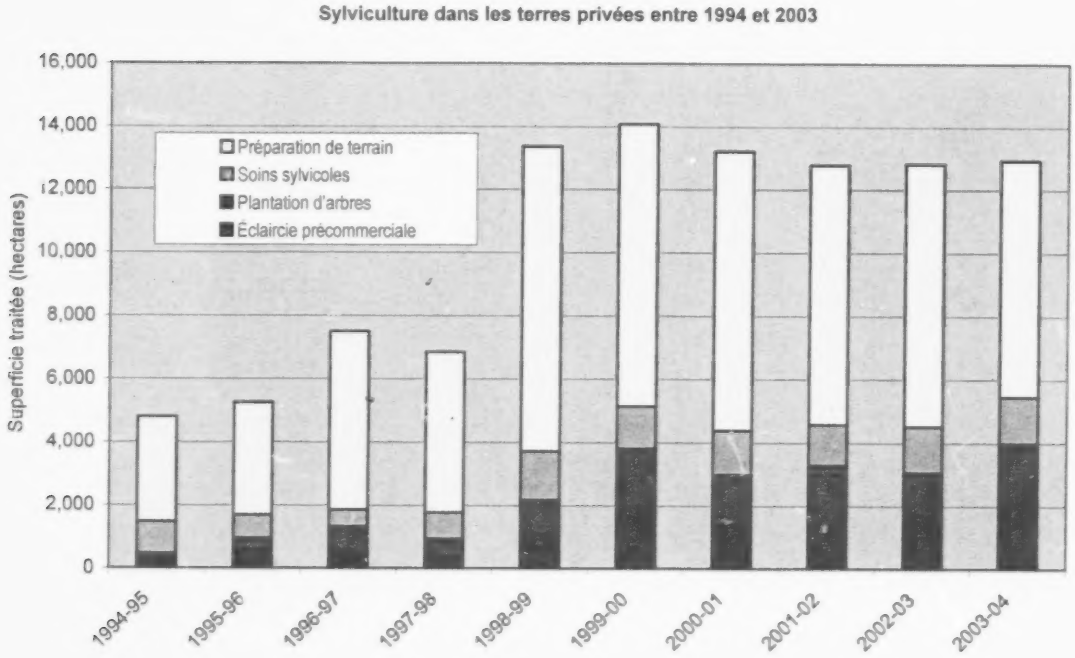
En 2003-2004, des traitements sylvicoles ont été réalisés sur 12 941 hectares de boisés privés. Ces travaux ont été administrés par les sept offices de commercialisation des produits forestiers. Le gouvernement provincial a contribué pour huit millions de dollars, soit 80 % du coût établi plus les dépenses administratives, et les propriétaires de boisés ont contribué pour la tranche restante de 20 %.

Tableau 8 : Sylviculture dans les boisés privés en 2003-2004 (hectares)

Groupe	Préparation de terrain	Plantation d'arbres	Soins sylvicoles	Éclaircie précommerciale	Total (ha)
York-Sunbury-Charlotte (YSC)	2	19	21	1 667	1 709
Carleton-Victoria	75	118	244	824	1 261
Madawaska	424	159	134	696	1 413
Nord	866	935	629	402	2 832
Northumberland	131	150	60	785	1 106
Sud-Est du N.-B. (SENB)	44	68	13	1,635	1 760
Sud du N.-B. (SNB)	579	409	389	1,483	2 860
Total	2 121	1 858	1 470	7 492	12 941

Source : Rapport annuel du MRN pour 2002-2003, page 20

Tableau 9 : Sylviculture dans les terres privées entre 1994 et 2003 (hectares)



Source : Rapports annuels du MRN pour les années 1994-1995 à 2003-2004.
Note : Durant les années 1994-1995, 1995-1996 et 1996-1997, on se limitait au reboisement et à l'aménagement des peuplements.

Entre 1996 et 1999, une entente fédérale-provinciale prévoyait un montant annuel de quatre millions de dollars pour la sylviculture dans les terres privées. Le gouvernement payait 65 % des coûts engagés pour la sylviculture. Entre 1999 et actuellement, le gouvernement provincial a financé la sylviculture dans les terres privées selon un rapport de 80 % par le gouvernement et de 20 % par les propriétaires de boisés.

En mars 2000, le programme de vulgarisation en exploitation forestière du MRN a été supprimé. À cette époque, un organisme distinct appelé INFOR fut établi par les acériculteurs et les producteurs d'arbres de Noël pour continuer le programme d'information à l'égard des propriétaires de boisés privés.

Tableau 10 : Sylviculture totale dans les boisés privés entre 1994 et 2003 (hectares)

Groupe	1994-1995*	1995-1996*	1996-1997*	1997-1998	1998-1999	1999-2000	2000-2001	2001-2002	2002-2003	2003-2004
York-Sunbury-Charlotte (YSC)	405	807	1 066	684	1 902	1 912	1 929	1 850	1 814	1 709
Carleton-Victoria	441	559	465	487	878	1 364	1 174	1 262	1 242	1 261
Madawaska	625	912	1 108	1 374	2 144	1 730	1 641	1 553	1 429	1 413
Nord	849	916	804	1 158	2 318	3 067	3 006	3 043	2 752	2 832
Northumberland	431	489	1 680	758	1 643	1 061	1 125	1 179	1 126	1 106
Sud-Est du N.-B. (SENB)	1 031	658	964	1 003	1 916	1 679	1 558	1 826	1 775	1 760
Sud du N.-B. (SNB)	974	905	1 424	1 386	2 569	3 264	2 780	2 171	2 697	2 860
Total	4 802	5 247	7 511	6 850	13 369	14 077	13 213	12 885	12 835	12 941

4.3 Production et CAP dans les boisés privés entre 1994 et 2003

Tableau 11 : Offices de commercialisation – Production annuelle minimale de résineux (en milliers de mètres cubes)

Année	Carleton-Victoria	Madawaska	Nord	Comté de Northumberland	SENB	SNB	YSC	Totaux
CAP 1992-1993	***140***	***80***	***255***	***159***	***293***	***365***	***310***	***1 602***
1994-1995	88	113	559	224	384	380	226	1 974
1995-1996	91	97	297	245	418	382	209	1 739
1996-1997	114	90	514	204	274	395	240	1 831
1997-1998	69	100	301	134	277	320	172	1 373
1998-1999	75	83	362	134	309	348	235	1 546
1999-2000	76	88	362	134	329	249	203	1 441
2000-2001	80	103	631	166	302	316	195	1 793
2001-2002	133	120	321	178	270	270	179	1 471
2002-2003	87	114	282	137	293	338	224	1 475
2003-2004	95	124	216	199	332	381	240	1 587
PAM moyenne sur 10 ans	91	103	385	176	319	338	212	1 623
Fréquence de la PAM par rapport à la CAP	0 %	100 %	90 %	60 %	60 %	50 %	0 %	40 %
% du volume moyen de PAM inférieur ou supérieur à la CAP	- 35 %	29 %	51 %	10 %	9 %	- 7 %	- 32 %	1 %
CT 02/03*	122	85	483	305	293	278	511	2 077
CT 03/04*	102	95	405	138	302	264	381	1 687

Tableau 12 : Offices de commercialisation – Production annuelle minimale de feuillus (en milliers de mètres cubes)

Année	Carleton-Victoria	Madawaska	Nord	Comté de Northumberland	SENB	SNB	YSC	Totaux
CAP 1992-1993	***220***	***93***	***229***	***77***	***208***	***356***	***283***	***1,466***
1994-1995	178	26	38	17	71	45	207	582
1995-1996	169	56	151	35	58	42	216	727
1996-1997	154	49	145	42	82	13	201	686
1997-1998	114	48	148	50	72	14	146	592
1998-1999	93	59	151	62	71	7	172	615
1999-2000	125	65	125	35	72	9	177	608
2000-2001	135	**80**	**258**	**62**	81	111	114	841
2001-2002	124	**70**	**292**	**31**	74	114	121	826
2002-2003	122	**86**	**139**	**37**	106	124	106	720
2003-2004	138	**127**	**181**	**38**	80	191	154	909
CT 2002-2003*	148	**238**	**285**	**161**	106	83	162	1 183
CT 2003-2004*	168	**127**	**76**	**30**	102	153	197	853

Note 1 : Les cases ombrées indiquent un excédent de CAP. Les CAP sont actuellement mises à jour.
Note 2 : La PAM (production annuelle minimale) comprend seulement la production vendue par l'entremise du réseau des offices de commercialisation.
Note 3 : Le CT (certificat de transport) inclut tout le bois transporté par route à partir des boisés privés. L'information présentée sur les CT n'est pas complète.
Source : Commission des produits forestiers du Nouveau-Brunswick.

Tableau 13 : Offices de commercialisation des produits forestiers – Rapports de production et CAP (1987-2003)

Source : Commission des produits forestiers

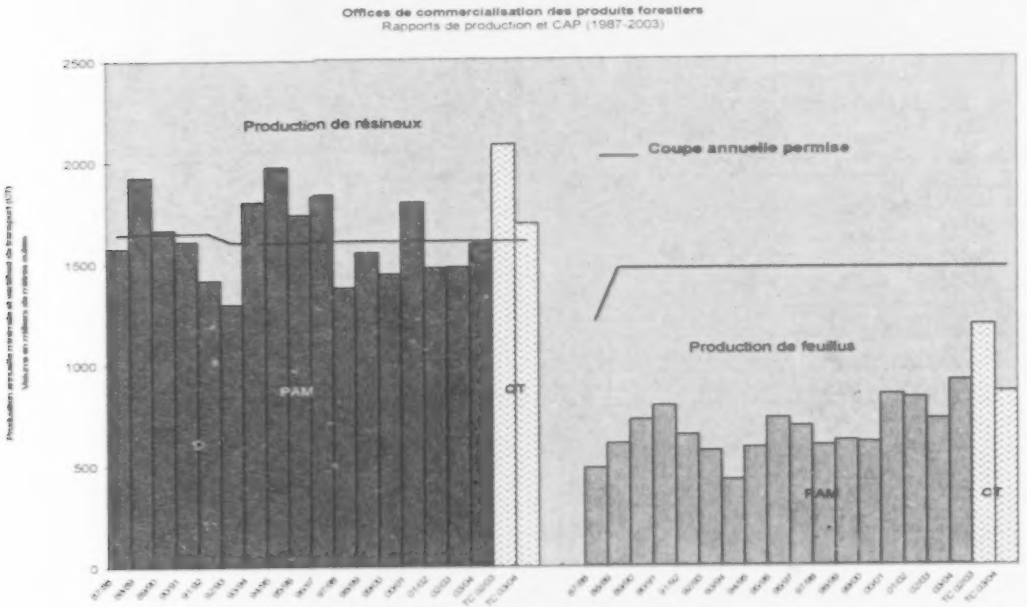
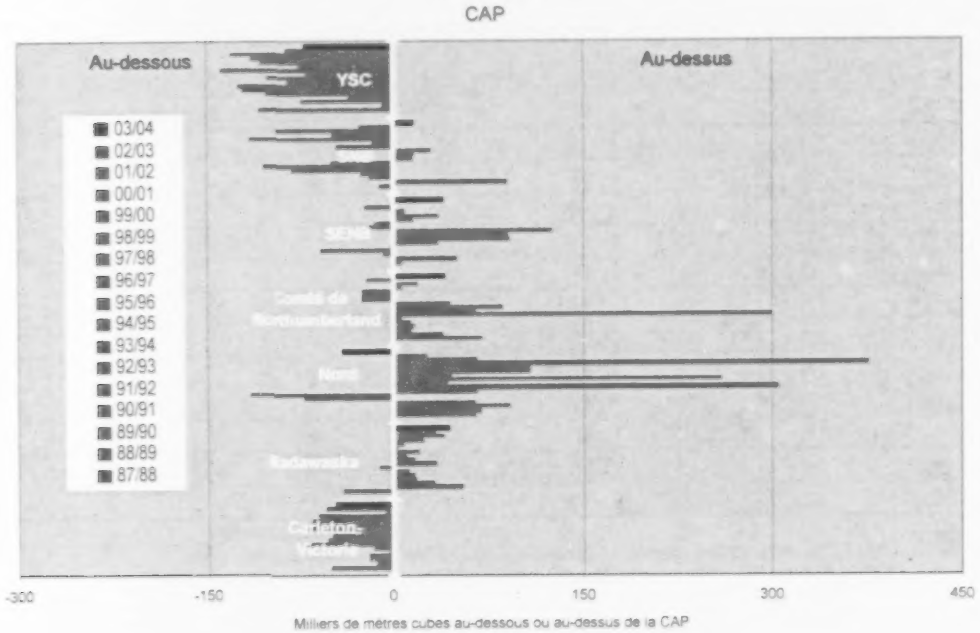
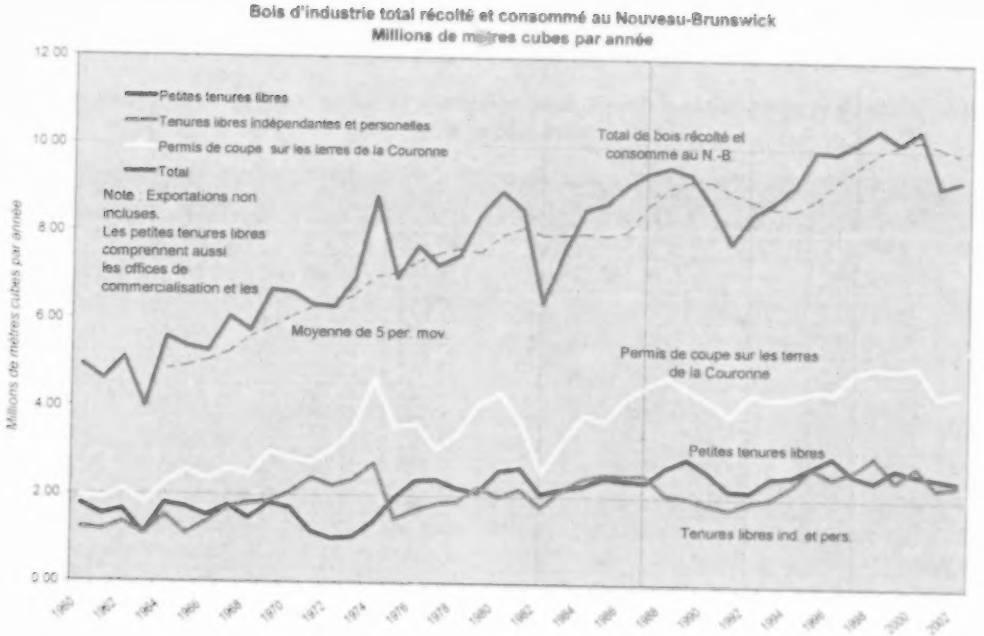


Tableau 14 : Offices de commercialisation des produits forestiers – Production annuelle minimale de résineux et CAP (1987-2003)



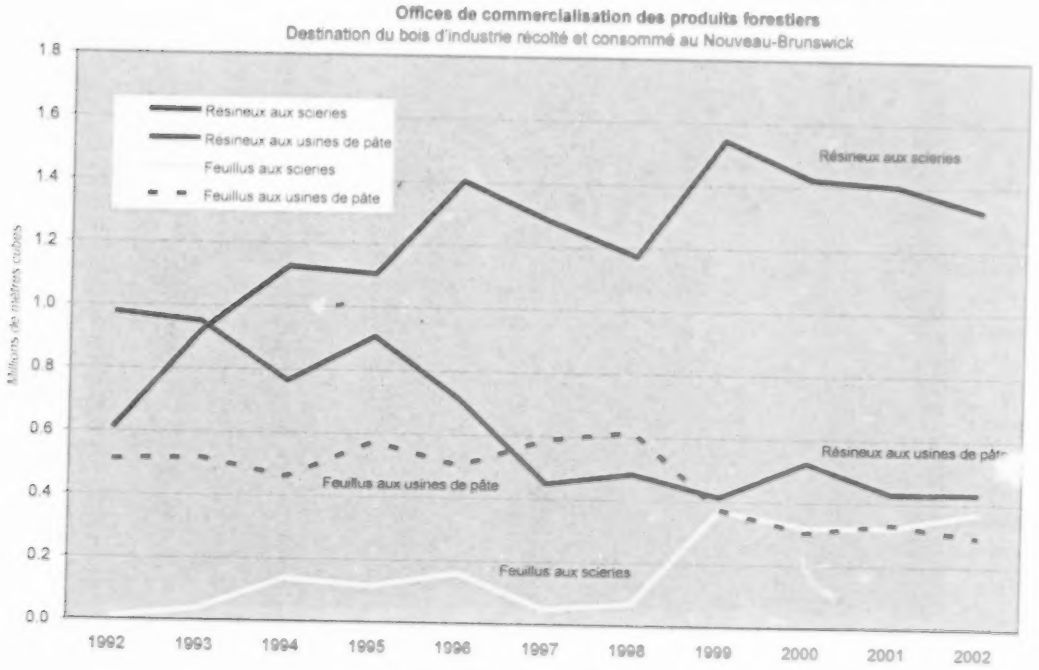
Source : Commission des produits forestiers du Nouveau-Brunswick

Tableau 15 : Bois d'industrie total récolté et consommé au Nouveau-Brunswick


Bois d'industrie total récolté et consommé au Nouveau-Brunswick
Millions de mètres cubes par année
Petites tenures libres
Tenures libres indépendantes et personelles
Permis de coupe sur les terres de la Couronne
Total
Note : Exportations non incluses.
Les petites tenures libres comprennent aussi les offices de commercialisation et les
Total de bois récolté et consommé au N.-B.
Moyenne de 5 per. mov.
Permis de coupe sur les terres de la Couronne
Petites tenures libres
Tenures libres ind. et pers.
Millions de mètres cubes par année
12.00
10.00
8.00
6.00
4.00
2.00
0.00

Source : Données du MRN sur l'utilisation du bois

Tableau 16 : Offices de commercialisation des produits forestiers – Volume de bois d'industrie destiné aux scieries et aux usines de pâte entre 1992 et 2002



Source : Rapports du MRN sur l'utilisation du bois

Tableau 13 : Offices de commercialisation des produits forestiers – Rapports de production et CAP (1987-2003)

Source : Commission des produits forestiers

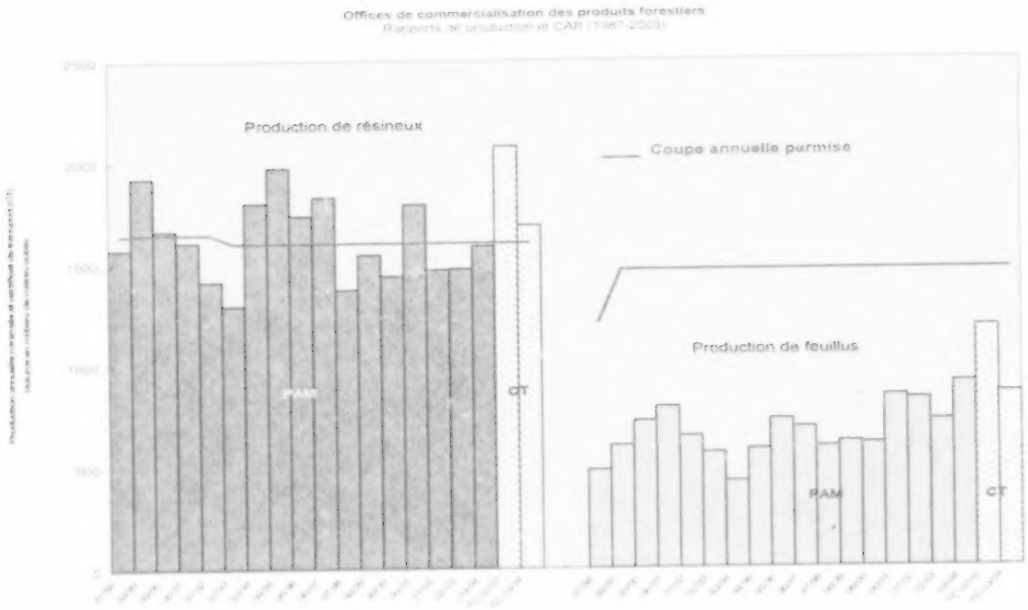
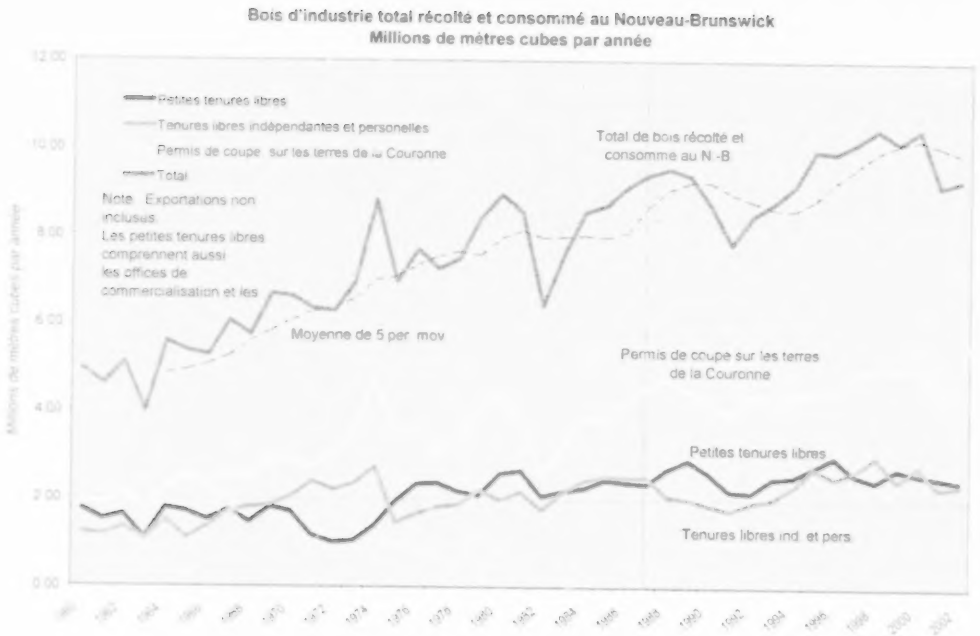


Tableau 14 : Offices de commercialisation des produits forestiers – Production annuelle minimale de résineux et CAP (1987-2003)

Source : Commission des produits forestiers du Nouveau-Brunswick

Tableau 15 : Bois d'industrie total récolté et consommé au Nouveau-Brunswick


Bois d'industrie total récolté et consommé au Nouveau-Brunswick
Millions de mètres cubes par année
Petites tenures libres
Tenures libres indépendantes et personelles
Permis de coupe sur les terres de la Couronne
Total
Note : Exportations non incluses
Les petites tenures libres comprennent aussi les offices de commercialisation et les
Total de bois récolté et consommé au N.-B.
Moyenne de 5 per. mov.
Permis de coupe sur les terres de la Couronne
Petites tenures libres
Tenures libres ind. et pers.

Source : Données du MRN sur l'utilisation du bois

Tableau 16 : Offices de commercialisation des produits forestiers – Volume de bois d'industrie destiné aux scieries et aux usines de pâte entre 1992 et 2002

Source : Rapports du MRN sur l'utilisation du bois

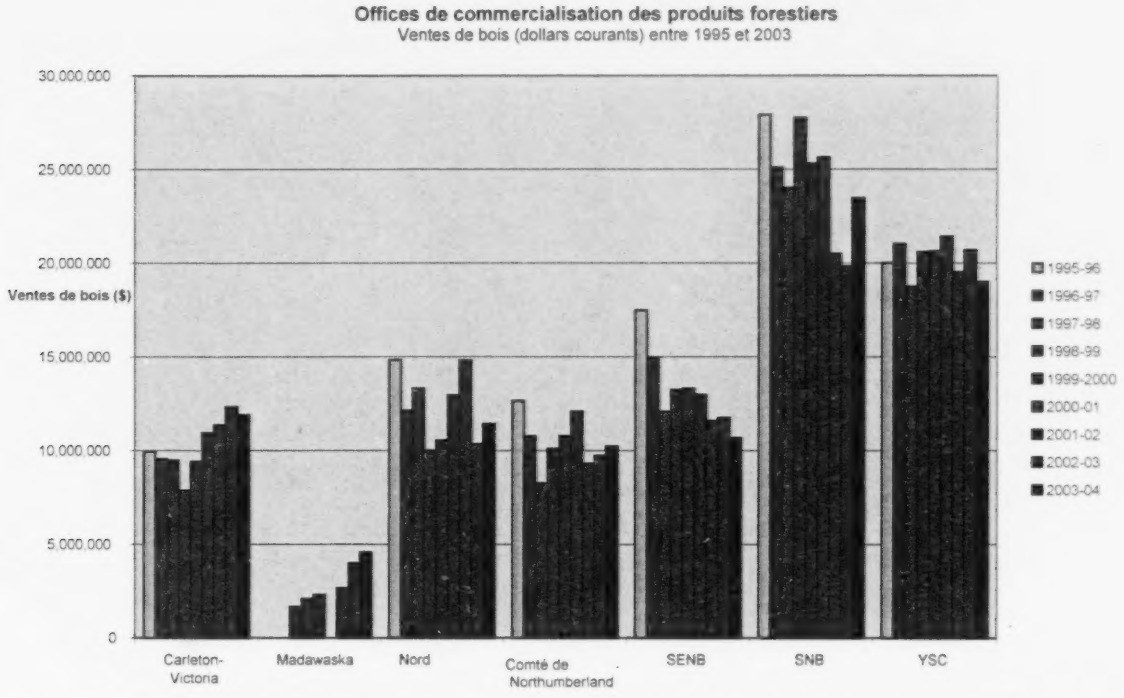
4.4 Ventes de bois par l'entremise des offices de commercialisation entre 1995 et 2003

Tableau 17 : Offices de commercialisation des produits forestiers – Ventes de bois (revenu brut - dollars canadiens) entre 1995 et 2003

Année	Carleton-Victoria	Madawaska	Nord	Comté de Northumberland	SENB	SNB	YSC	Totaux
1995-1996	9 959 616	s/o	14 840 374	12 658 120	17 489 705	27 903 522	20 015,324	102 866 661
1996-1997	9 566 968	s/o	12 138 271	10 777 464	14 994 064	25 110 233	21 023,344	93 610 344
1997/-1998	9 486 274	1 672 856	13 303 504	8 267 004	12 087 941	24 040 651	18 764,483	87 622 713
1998-1999	7 869 411	2 094 782	10 006 497	10 103 275	13 247 342	27 736 953	20 584,852	91 643 112
1999-2000	9 424 862	2 315 797	10 546 265	10 777 013	13 312 585	25 308 065	20 651,786	92 336 373
2000-2001	10 936 077	s/o	12 958 550	12 075 005	12 983 740	25 634 120	21 424,581	96 012 073
2001-2002	11 379 990	2 677 898	14 822 589	9 307 896	11 584 107	20 532 754	19 534,879	89 840 113
2002-2003	12 331 430	4 007 292	10 361 954	9 728 785	11 742 769	19 835 555	20 684,928	88 692 713
2003-2004	11 891 675	4 582 828	11 416 285	10 215 048	10 682 789	23 453 374	19 000,926	91 242 925
Clôture de l'exercice	31 déc.	31 janv.	31 déc.	31 mars	31 mars	28 fév. 31 mars**	31 mars	

*Note : ** La clôture de l'exercice du SNB est passée au 1er mars 2004.*
Source : Commission des produits forestiers du Nouveau-Brunswick

Tableau 18 : Offices de commercialisation des produits forestiers – Ventes de bois entre 1995 et 2003



Note : Les ventes de bois pour la région du Madawaska sont évaluées à 10 millions de dollars, mais seulement des ventes de bois de 4,6 millions de dollars sont faites par l'entremise de l'office de commercialisation.
Source : Commission des produits forestiers du Nouveau-Brunswick

4.5 Offices de commercialisation individuels – Rapports de production et CAP entre 1987 et 2003

Source : Toutes les données utilisées dans la présente section proviennent de la Commission des produits forestiers du Nouveau-Brunswick.

Note 1 La PAM (production annuelle minimale) est seulement le volume de bois vendu par l'entremise du réseau des offices de commercialisation. Tout le volume vendu directement aux usines ou exporté n'est pas inclus dans les données relatives à la PAM. La PAM sous-déclare considérablement la production totale de bois provenant de la zone couverte par l'office de commercialisation. La CAP est fondée sur l'inventaire forestier pour toute la superficie des boisés privés faisant partie de la zone couverte par l'office de commercialisation. Par conséquent, la récolte qui dépasse la CAP est également sous-indiquée.

Il faut être prudent dans l'interprétation des données.

Note 2 : Les données relatives au CT (certificat de transport) sont considérées comme incomplètes.

Tableau 19 : Office de commercialisation des produits forestiers de Carleton-Victoria – Rapports de production et CAP (1987-2003)

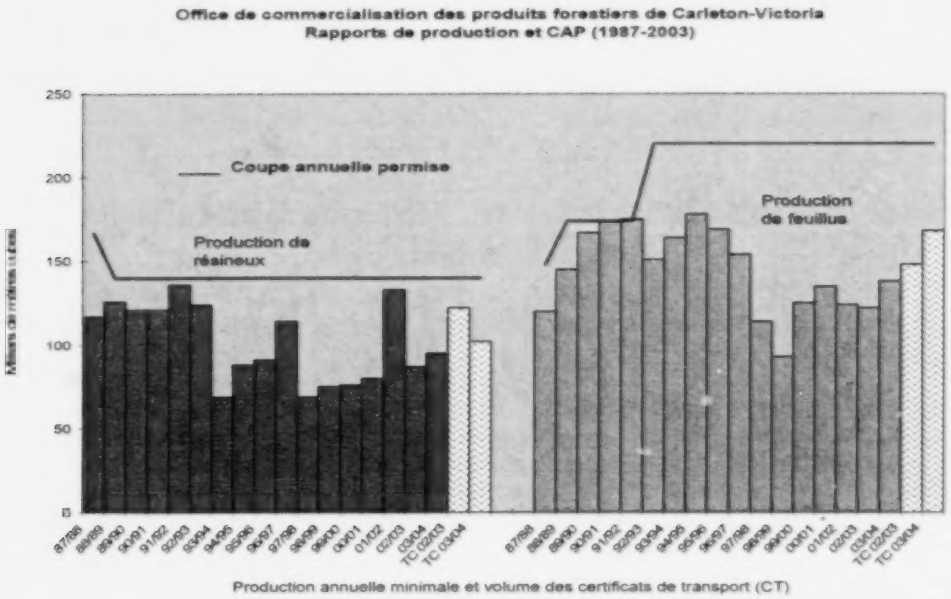


Tableau 20 : Office de commercialisation des produits forestiers du Madawaska – Rapports de production et CAP (1987-2003)

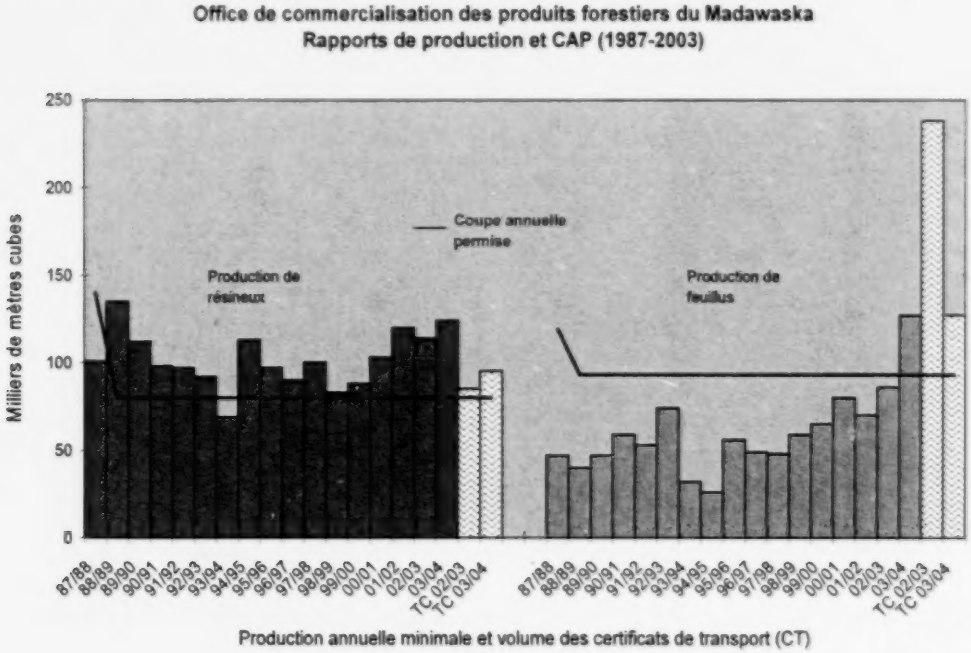


Tableau 21 : Office de commercialisation des produits forestiers du Nord – Rapports de production et CAP (1987-2003)

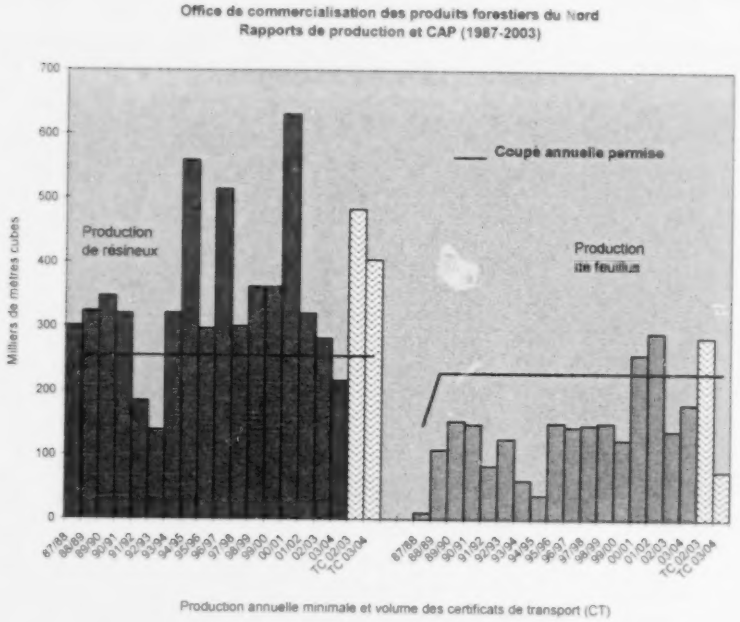

Office de commercialisation des produits forestiers du Nord
Rapports de production et CAP (1987-2003)
Milliers de mètres cubes
Coupe annuelle permise
Production de résineux
Production de feuillus
Production annuelle minimale et volume des certificats de transport (CT)

Tableau 22 : Office de commercialisation des produits forestiers du comté de Northumberland – Rapports de production et CAP (1987-2003)

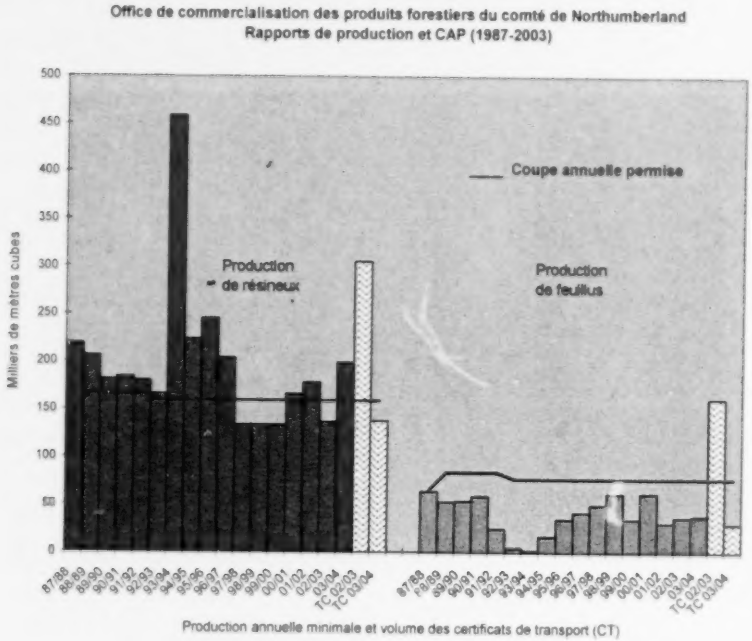

Office de commercialisation des produits forestiers du comté de Northumberland
Rapports de production et CAP (1987-2003)
Milliers de mètres cubes
Coupe annuelle permise
Production de résineux
Production de feuillus
Production annuelle minimale et volume des certificats de transport (CT)

Tableau 19 : Office de commercialisation des produits forestiers de Carleton-Victoria – Rapports de production et CAP (1987-2003)

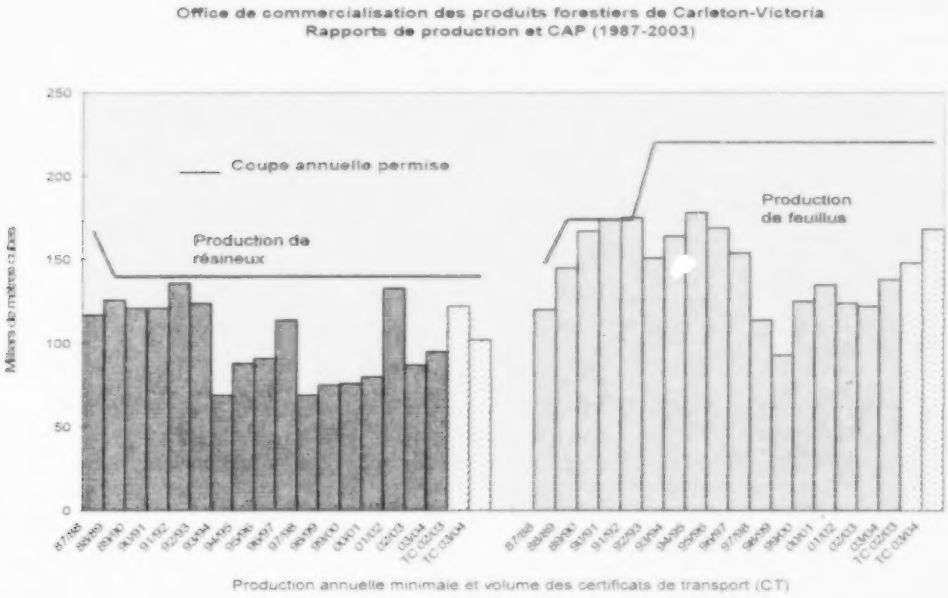


Tableau 20 : Office de commercialisation des produits forestiers du Madawaska – Rapports de production et CAP (1987-2003)

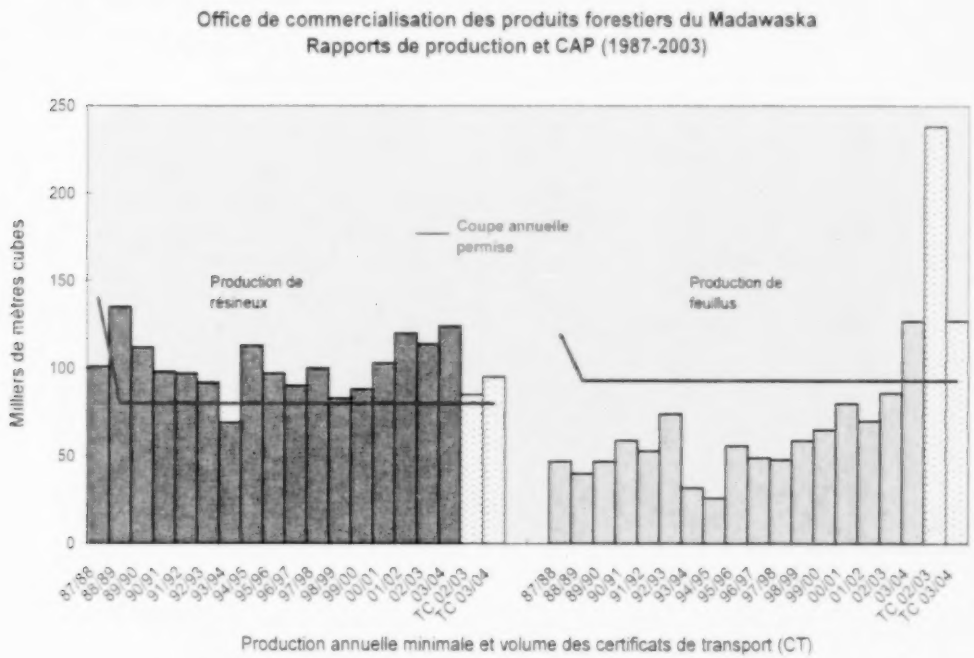


Tableau 21 : Office de commercialisation des produits forestiers du Nord – Rapports de production et CAP (1987-2003)

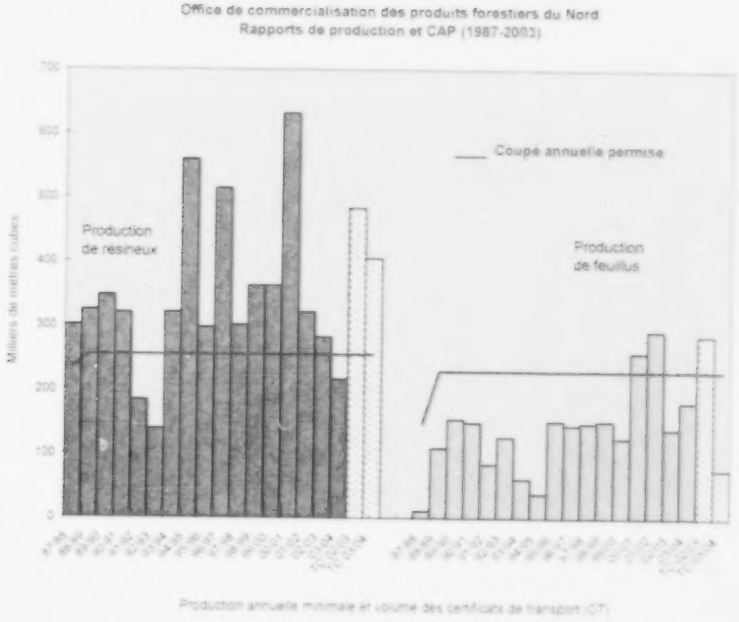

Office de commercialisation des produits forestiers du Nord
Rapports de production et CAP (1987-2003)
Coupe annuelle permise
Production de résineux
Production de feuillus
Milliers de mètres cubes
Production annuelle minimale et volume des certificats de transport (CT)

Tableau 22 : Office de commercialisation des produits forestiers du comté de Northumberland – Rapports de production et CAP (1987-2003)

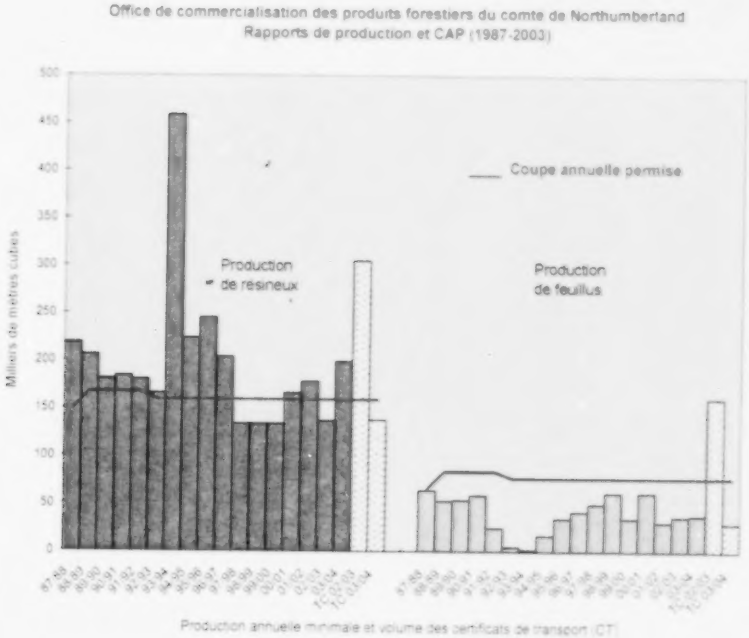

Office de commercialisation des produits forestiers du comte de Northumberland
Rapports de production et CAP (1987-2003)
Coupe annuelle permise
Production de résineux
Production de feuillus
Milliers de mètres cubes
Production annuelle minimale et volume des certificats de transport (CT)

Tableau 23 : Office de commercialisation des produits forestiers du Sud-Est du Nouveau-Brunswick – Rapports de production et CAP (1987-2003)

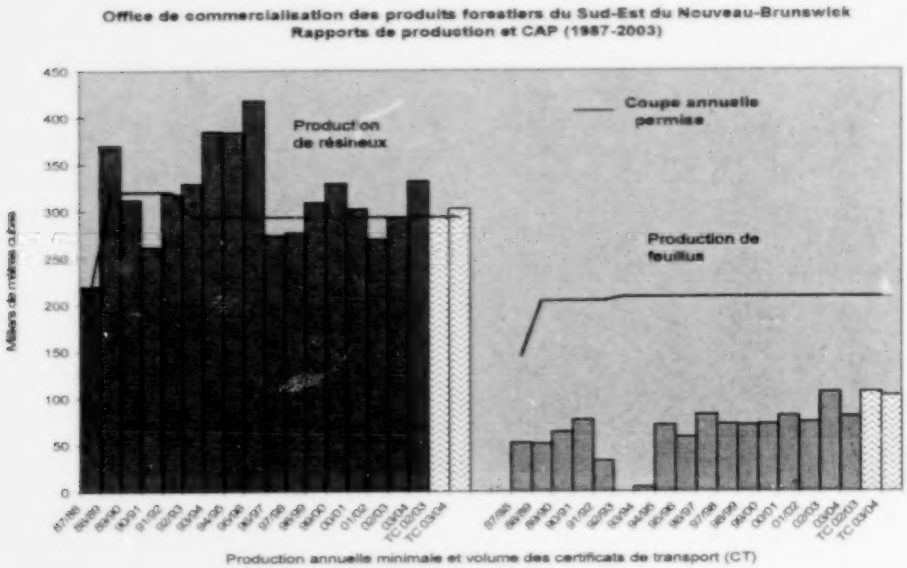

Office de commercialisation des produits forestiers du Sud-Est du Nouveau-Brunswick
Rapports de production et CAP (1987-2003)
Production de résineux
Coupe annuelle permise
Production de feuillus
Millers de mètres cubes
Production annuelle minimale et volume des certificats de transport (CT)

Tableau 24 : Office de commercialisation des produits forestiers du Sud du Nouveau-Brunswick – Rapports de production et CAP (1987-2003)

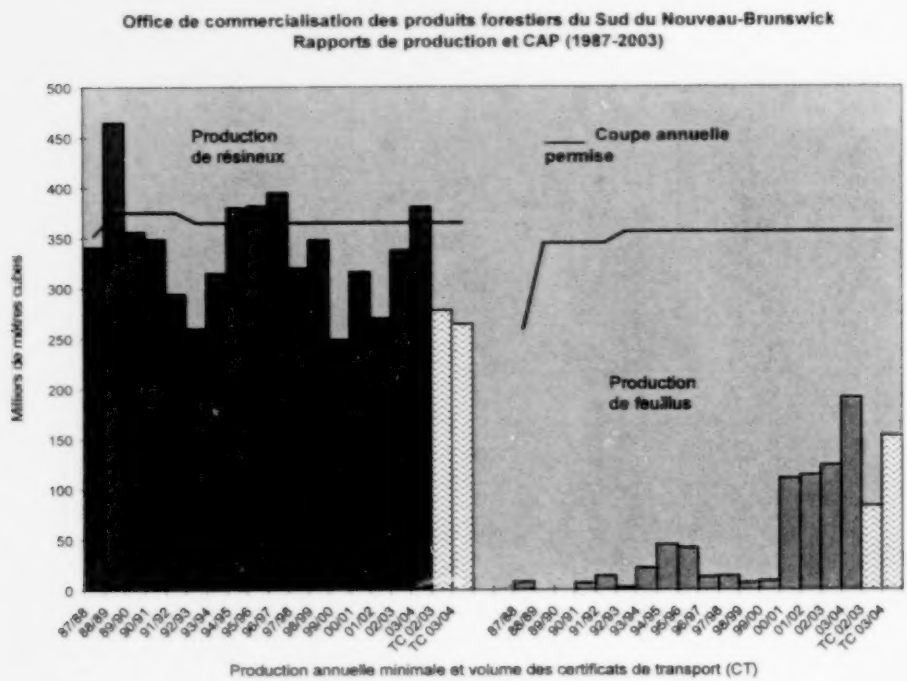

Office de commercialisation des produits forestiers du Sud du Nouveau-Brunswick
Rapports de production et CAP (1987-2003)
Production de résineux
Coupe annuelle permise
Production de feuillus
Millers de mètres cubes
Production annuelle minimale et volume des certificats de transport (CT)

Tableau 25 : Office de commercialisation des produits forestiers de York-Sunbury-Charlotte – Rapports de production et CAP (1987-2003)

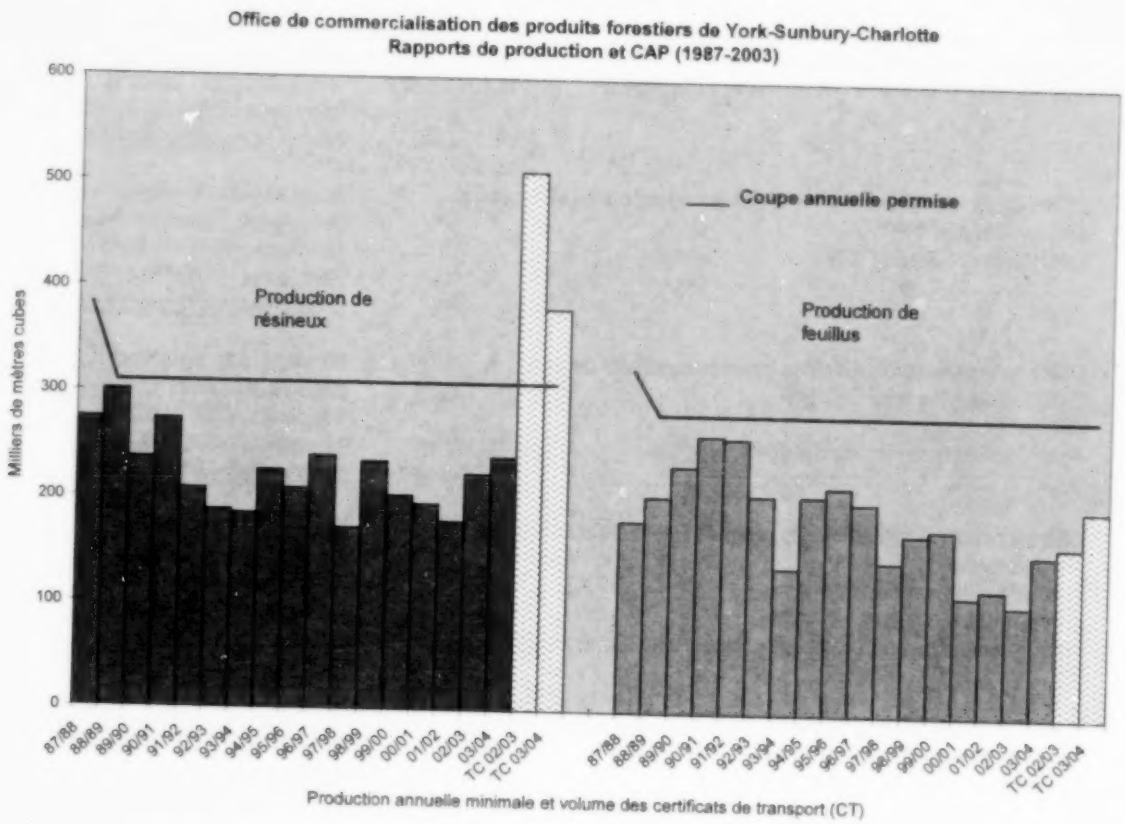


Tableau 23 : Office de commercialisation des produits forestiers du Sud-Est du Nouveau-Brunswick – Rapports de production et CAP (1987-2003)

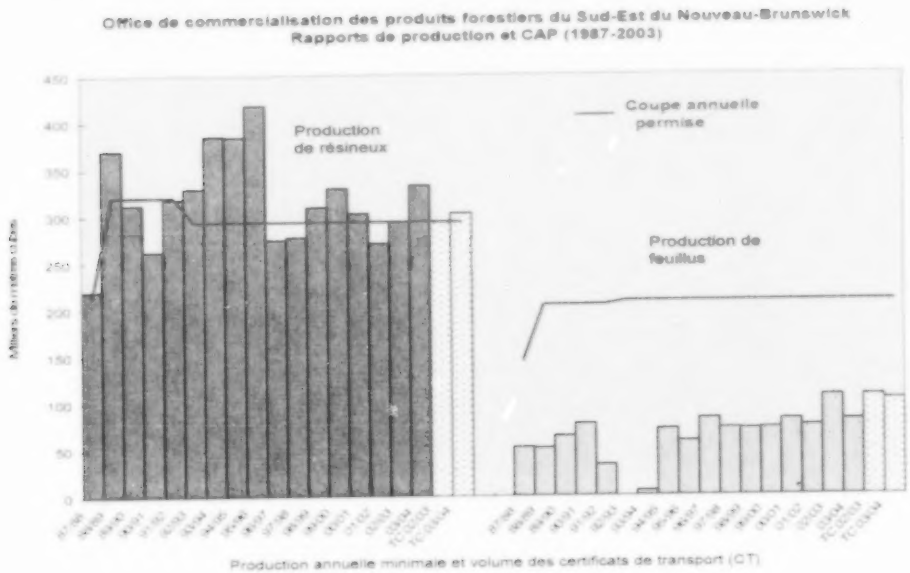

Office de commercialisation des produits forestiers du Sud-Est du Nouveau-Brunswick
Rapports de production et CAP (1987-2003)
Coupe annuelle permise
Production de résineux
Production de feuillus
Production annuelle minimale et volume des certificats de transport (CT)

Tableau 24 : Office de commercialisation des produits forestiers du Sud du Nouveau-Brunswick – Rapports de production et CAP (1987-2003)

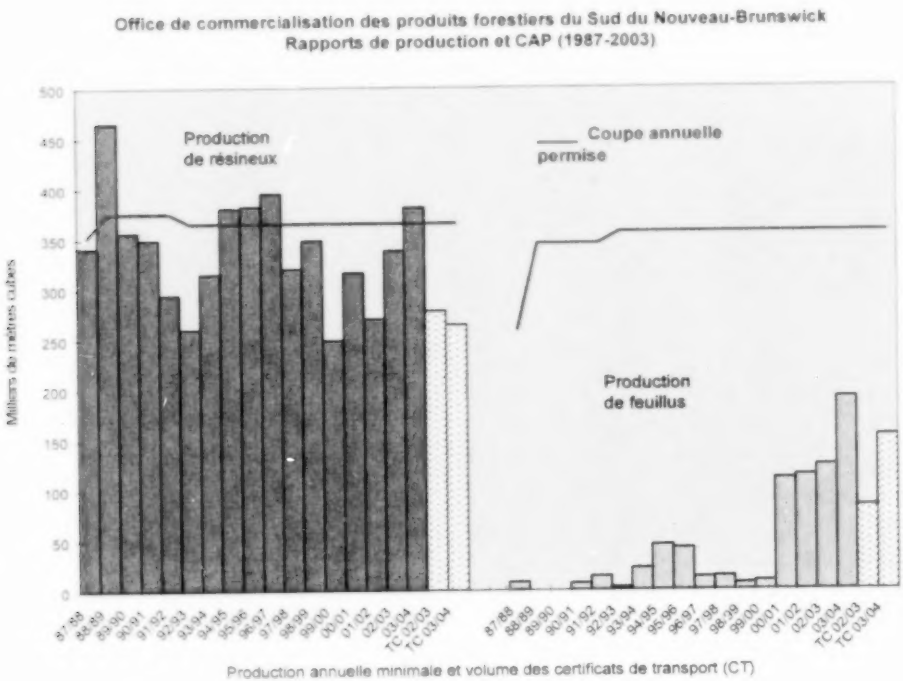

Office de commercialisation des produits forestiers du Sud du Nouveau-Brunswick
Rapports de production et CAP (1987-2003)
Coupe annuelle permise
Production de résineux
Production de feuillus
Production annuelle minimale et volume des certificats de transport (CT)

Tableau 25 : Office de commercialisation des produits forestiers de York-Sunbury-Charlotte – Rapports de production et CAP (1987-2003)

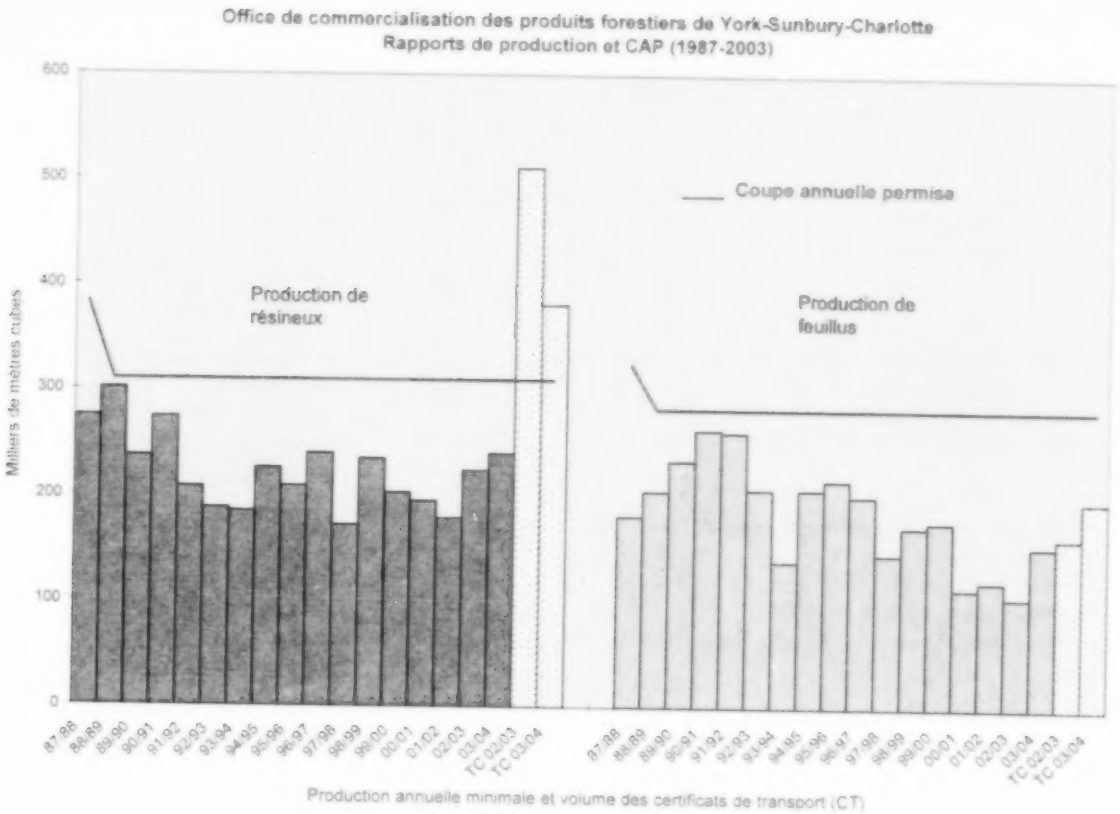


Tableau 26 : Offices de commercialisation des produits forestiers
Information personne-ressource

Office de commercialisation des produits forestiers de Carleton-Victoria 330, chemin Centerville, Florenceville (N.-B.) E7L 3K4 *Agent : Carleton-Victoria Wood Producer's Association*	Président : Dell Hiscock Gestionnaire : Tim Fox Téléphone : (506) 392-5584 Télécopieur : (506) 392-8290 Courriel : cvnpa@nbnet.nb.ca
Office de commercialisation des produits forestiers du Madawaska 870, rue Canada, C.P. 5 Edmundston (N.-B.) E3V 3X3	Président : Charles Albert Gestionnaire : Claude Pelletier Téléphone : (506) 739-9585 Télécopieur : (506) 739-0859 Courriel : odvdm@nbnet.nb.ca
Office de commercialisation des produits forestiers du Nord 2807, avenue Miramichi, C.P. 386 Bathurst (N.-B.) E2A 3Z3 *Agent : North Shore Forestry Syndicate Inc.*	Président : Ken Hornibrook Gestionnaire : Frank Branch Téléphone : (506) 548-8958 Télécopieur : (506) 548-1165 Courriel : nsfpmb@nbnet.nb.ca
Office de commercialisation des produits forestiers du comté de Northumberland Rue McMurdo, parc industriel C.P. 494, Miramichi (N.-B.) E1V 3M6 *Agent : Northumberland Co. Woodlot Owners and Pulp Producers Assoc. Inc.*	Président : Harry Williston Gestionnaire : Ruby Dunn Téléphone : (506) 622-4010 Télécopieur : (506) 622-6317 Courriel : nwoodlot@nbnet.nb.ca
Office de commercialisation des produits forestiers du Sud-Est du Nouveau-Brunswick C.P. 5074, Shediac (N.-B.) E4P 8T8	Président : Blair Thurrott Gestionnaire : June Goddard Téléphone : (506) 532-1150 Télécopieur : (506) 532-6500 Courriel : senbmb@nbnet.nb.ca
Office de commercialisation des produits forestiers du Sud du Nouveau-Brunswick C.P. 4473, Sussex (N.-B.) E4E 5L6 *Agent : SNB Wood Co-operative Limited*	Président : Harley Tingley Coprésident : James MacCrea Gestionnaire : Dave Corbin Téléphone : (506) 433-9860 Télécopieur : (506) 433-3623 Courriel : snb@nbnet.nb.ca
Office de commercialisation des produits forestiers de York-Sunbury-Charlotte 1350, rue Regent, Fredericton (N.-B.) E3C 2G6	Président : Rod Mott Gestionnaire : David Palmer Téléphone : (506) 444-6644 Télécopieur : (506) 444-6630 Courriel : ysc@nbnet.nb.ca

5.0 Annexe

Annexe A : Glossaire

Agent – Les offices de commercialisation peuvent confier à des coopératives (syndicats) l'exécution d'activités commerciales en leur nom. La législation exige que les offices de commercialisation transmettent des renseignements à la Commission; la Commission doit superviser les activités des offices, y compris certaines des activités commerciales effectuées par les coopératives pour le compte des offices (comme la vente de bois).

Coupe annuelle permise (CAP) – Le volume de bois qui peut être récolté durant une période donnée pour assurer une production durable. (Comité spécial, 2004)

Rapport annuel – Un document de responsabilisation qui présente des renseignements sur les finances et le rendement d'un ministère ou d'un organisme.

Certification – Une désignation acquise pour respecter les protocoles environnementaux établis par un organisme de certification (CSA, SFI, CFS, Paneuropéen). Les activités certifiées sont requises pour faire respecter les normes établies en matière d'aménagement forestier durable.

Commission – La Commission des produits forestiers du Nouveau-Brunswick (CFP).

Conciliation et médiation – Deux formes de règlement des litiges. La conciliation fait appel à un tiers indépendant pour prendre la décision, tandis que la médiation fait appel à un tiers médiateur pour amener les deux parties en présence afin de régler le litige.

Comité des corporations de la Couronne – Un comité permanent de l'Assemblée législative du Nouveau-Brunswick chargé d'examiner le rendement et les documents des corporations de la Couronne dans l'intérêt public.

Terre de la couronne (terre provinciale) – Une terre qui appartient à la Couronne (la province du Nouveau-Brunswick) et qui est gérée par le ministère des Ressources naturelles en vertu de la *Loi sur les terres et forêts de la Couronne*. Il y a aussi des terres de la Couronne fédérales.

MRN – Le ministère des Ressources naturelles du Nouveau-Brunswick.

Produits forestiers – Les produits fabriqués avec des arbres ou des végétaux forestiers, comme le bois d'œuvre, les pâtes et papiers, les arbres de Noël, le gingembre et les produits de l'érable. Les produits forestiers de base comprennent le bois brut non transformé, mais non les arbres de Noël et les produits de l'érable.

Récolte et production – La coupe annuelle, mesurée habituellement en mètres cubes.

Tenure libre industrielle – Une terre appartenant aux usines et aux transformateurs de bois est communément appelée tenure libre industrielle. Le principal but de cette terre consiste à maximiser sa valeur pour les installations de transformation du bois. (Vérificateur général, 2000)

PAM (production annuelle minimale) – Le volume de bois récolté dans les boisés privés d'une zone réglementée et vendu par l'entremise d'un des sept offices de commercialisation.

Office de commercialisation des produits forestiers (office) – Une personne morale établie en vertu de la *Loi sur la réglementation des produits naturels* pour contrôler et réglementer la commercialisation de produits forestiers de base et pour s'assurer que les propriétaires de boisés privés disposent d'un système commercial juste et ordonné pour assurer la vente de leurs produits du bois.

ALENA – Accord de libre-échange nord-américain (accord commercial intervenu entre les États-Unis, le Canada et le Mexique pour encourager les échanges commerciaux entre les trois pays).

Éclaircie précommerciale – Une éclaircie des arbres réalisée avant la récolte commerciale.

Principale source d'approvisionnement - La « principale source d'approvisionnement » est devenue une politique gouvernementale au milieu des années 1980 quand il y a eu une offre excédentaire de bois sur le marché. On voulait ainsi s'assurer que le bois des terres privées est acheté par les transformateurs en premier lieu, et que le bois de la Couronne est réservé comme approvisionnement de dernier recours. À l'heure actuelle, la justification d'une principale source d'approvisionnement est liée à divers enjeux comme l'établissement des calendriers et des prix, plutôt qu'à la capacité d'acheminer le bois entre une terre privée et une installation de transformation. (Comité spécial, 2004)

Source d'approvisionnement proportionnel – « Le partage équitable entre les sources d'approvisionnement en bois ... basé sur un partage historique du marché d'approvisionnement d'un établissement de transformation du bois" (LTFC 29(7.1)). Auditeur général, 2000)

Comité des comptes publics – Un comité permanent de l'Assemblée législative du Nouveau-Brunswick qui examine les dépenses de tous les ministères.

Sylviculture – La culture d'arbres et les soins sylvicoles. Les activités sylvicoles peuvent comprendre la plantation d'arbres, la préparation de terrain, l'éclaircie, les applications d'herbicides et la planification de l'aménagement.

Résineux et feuillus – Les résineux sont des conifères (épinette et sapin), et les feuillus sont des arbres à feuilles caduques ou à feuilles larges – Ces arbres sont principalement utilisés pour la fabrication de bois d'œuvre, de papier ou d'autres produits du bois.

Conflit du bois d'œuvre de résineux – Un litige commercial entre les États-Unis et le Canada. Les États-Unis affirment que la production de produits forestiers canadiens est subventionnée par la Couronne, ce qui crée un avantage commercial indu sur le marché. Les Maritimes sont exemptées du tarif sur le bois d'œuvre de résineux en raison de la quantité de bois récoltée sur les terres privées et du mode d'établissement des redevances pour le bois de la Couronne.

Aménagement forestier durable – L'aménagement de la forêt de manière à soutenir l'écosystème « forestier » et des valeurs environnementales, économiques et sociales.

Rendement durable – Un approvisionnement de bois durable, c'est-à-dire continu et stable.

Certificat de transport – Un document qui présente des renseignements sur la source, la destination et le volume de bois et qui permet de relever tout le bois transporté par route au Nouveau-Brunswick. Le système de certificat inclut le bois provenant des boisés privés, le bois vendu sans l'intervention des offices de commercialisation et le bois destiné à l'exportation. L'adoption du système remonte à deux ans seulement, et l'on craint beaucoup que l'information recueillie soit incomplète. Le système de certificat a été établi en vertu de la *Loi sur le transport des produits forestiers de base* (sanctionnée en 1999). Il avait aussi pour but de traiter les cas de vol de bois et d'aider les offices de commercialisation à recueillir des redevances pour le bois provenant des boisés privés.

Ventes de bois – Les ventes (valeur) de bois brut par l'entremise des offices de commercialisation. Les rapports sur la PAM indiquent le volume de bois des terres privées qui circule par l'entremise du réseau des offices de commercialisation, et le certificat de transport indique le volume de bois qui est transporté par route.

Offre et demande de bois – L'offre de bois est la quantité de bois disponible pour le marché, et la demande est la quantité de bois que les usines utilisent ou peuvent utiliser. L'approvisionnement de bois durable est la quantité de bois disponible qui permet une récolte durable à l'avenir, ou une récolte qui appuie des valeurs économiques, environnementales et sociales.